

KYMENLAAKSON AMMATTIKORKEAKOULU

Muotoilun koulutusohjelma / Kaluste- ja sisustussuunnittelu

Julia Lakkapää

IMAGO NÄKYVÄKSI YRITYKSEN TOIMITILOISSA

Opinnäytetyö 2011

TIIVISTELMÄ

KYMENLAAKSON AMMATTIKORKEAKOULU

Muotoilun koulutusohjelma

Kaluste- ja sisustussuunnittelu

LAKKAPÄÄ, JULIA

Imago näkyväksi yrityksen toimitiloissa

Opinnäytetyö

52 sivua + 26 liitesivua

Työn ohjaaja

Lehtori, sisustusarkkitehti SIO Jorma Fagerström

Toimeksiantaja

Ylämaan Graniitti Oy: Jukka Tielinen

Huhtikuu 2011

Avainsanat

Design management, myynninedistäminen, toimivuus, ergonomia, tilasuunnittelu, esteettinen

Tässä opinnäytetyössä suunnitellaan suomalaiselle, keittiön mittatilaustasoja graniitista ja kvartsista valmistavalle perheyritykselle, Ylämaan Graniitti Oy:lle, uudet toimitilat. Toimitilat kattavat viiden hengen toimistotilat, aulatilat, vastaanottotiskin, keittiön sekä kokous- ja koulutustilat henkilökuntaa ja jälleenmyyjiä varten. Työn tarkoituksena on ollut tutkia sisustussuunnittelun vaikutusta yrityksen imagoa kohottavana elementtinä. Tämän lisäksi työssä on tehty asiakkaalle mahdollisimman valmis tilasuunnitelma ja ohjeistus uusista toimitiloista. Tämä suunnitelma kattaa pohjakuvan, leikkauskuvia, materiaali- ja kalustekortit sekä 3D mallinnuskuvia.

Työn tavoitteena on ollut vastata tutkimuskysymykseen: ” Miten yrityksen tilojen suunnittelulla pystytään vahvistamaan yrityksen ilmettä ja imagoa?”. Kysymyksen vastaus on löytynyt kirjoista ja internetistä hankitun laadullisen aineiston sekä yrityksen nykyisissä toimitiloissa paikan päällä tehtyjen kenttämuistiinpanojen avulla. Aineiston ja kenttämuistiinpanojen tueksi on lisäksi tehty haastattelu työn tilaajalle sekä kysely yrityksen henkilökunnalle.

Vastaus tutkimuskysymykseen löytyy kolmen suunnittelussa huomioitavan kiinnkohdan avulla. Yrityksen imagoa tukevassa tilasuunnittelussa tulisi ottaa huomioon yrityksen muu visuaalinen ilme, kuten yritykselle tunnusomaiset värit tai logo, jotka voidaan ottaa esimerkiksi tilasuunnittelun lähtökohdaksi. Visuaalisen ilmeen näkyvyyden lisäksi imagoa tukevassa suunnittelussa olisi myös tärkeää huomioida yritykselle tärkeät arvot sekä yrityksen tuotteen tai palvelun tulisi esiintyä tilassa mahdollisimman positiivisesti ja edustavasti. Kun yritysten tilat suunnitellaan tällä tavoin yrityksen yrityskuvaa ja imagoa vastaavaksi, vahvistuvat asiakkaiden mielikuvat yrityksestä ja sen tuotteista, mikä vastaavasti voi vaikuttaa positiivisesti myyntiin.

ABSTRACT

KYMENLAAKSON AMMATTIKORKEAKOULU

University of Applied Sciences

Furniture and interior design

LAKKAPÄÄ, JULIA

Bachelor's Thesis

Supervisor

Commissioned by

April 2011

Keywords

Incorporating corporate image in interior design

52 pages + 26 pages of appendices

Senior lecturer, interior architect SIO Jorma Fagerström

Ylämaan Graniitti Oy: Jukka Tielinen

Design management, sales promotion, functionality, ergonomics, interior design, esthetical

In this thesis, new premises are designed for Ylämaan Graniitti Oy which is a Finnish family company. Ylämaan Graniitti Oy sells mainly tailor-made granite and Silestone worktops for kitchens. The thesis design includes five-person office rooms, lobby, reception desk, kitchen and meeting room, and training space for staff and retailer. The thesis concentrates on the impact and use of interior design in company image from the point of visual marketing and design management.

The subject of this thesis has been chosen because smaller companies are today beginning to understand the importance of designing a comprehensive corporate image. This can be a huge competitive advantage for the company. Interior design is part of a comprehensive corporate image design, so the aim of this thesis was to answer the research question: "How can the design of company spaces be used to strengthen the look and image of the company?" A further aim was to create a complete design document for the client. The document contains floor plan, sectional views, material and furniture cards, and 3D modeling pictures.

The research question has been answered using qualitative information from books and the Internet. Additionally one of the owners of Ylämaan Graniitti Oy has been interviewed and a questionnaire has been sent to all of the employees. Field notes have also been made when visiting the premises. All the information has been combined with mind maps and picture collages.

An answer to the research question has been found from three different points that should be taken into consideration when designing company premises. Firstly, a company's visual image, such as company colours and logo, should be used in the spaces. Secondly, spaces should reflect company values. For example, if the company sells design products there should be high quality and functional furniture in their own space. Thirdly, company products or services should be clearly visible and represented in the space.

SISÄLLYS

1	JOHDANTO	6
1.1	Lähtökohta	6
1.2	Omat tavoitteet	7
2	PROJEKTIA TUKEVA TUTKIMUSTYÖ	8
2.1	Aiheen käsitteellistäminen ja rajaaminen	8
2.2	Abduktiivinen tutkimus osana suunnittelua	10
2.3	Aineiston hankinta ja analysointi	10
3	SUUNNITTELUN KONTEKSTI	11
3.1	Ylämaan Granitti Oy	11
3.1.1	Liikeidea ja kehitysnäkymät	11
3.1.2	Yritysilme ja imago	12
3.2	Nykyiset toimitilat	13
4	VISUAALINEN MARKKINOINTI	16
4.1	Visuaalinen identiteetti – Design management	17
4.2	Yrityksen fyysinen toimintaympäristö	19
4.2.1	Yrityksen ulkoinen ympäristö	19
4.2.2	Yrityksen toimitilat	21
4.3	Visuaalisen markkinoinnin toteutus – imago näkyväksi	21
5	TOIMISTOSUUNNITTELU	23
5.1	Valaistus	24
5.2	Värit	26
5.3	Akustiikka	27
5.4	Työpiste-ergonomia	29
6	SUUNNITTELUPROSESSI	30
6.1	Konseptien lähtökohta	30
6.1.1	Elegant Red	31

6.1.2 Industrial	33
6.1.3 Jatkumo	34
6.2 Erilaiset pohjaratkaisut	36
7 LOPULLINEN SUUNNITELMA	38
7.1 Lopullinen pohjaratkaisu	39
7.2 Materiaalit, värimaailma ja yleinen tunnelma	41
7.3 Vastaanottotiski	42
7.4 Aulatila	43
7.5 Toimistot	45
7.6 Valaistus	47
8 YHTEENVETO	47
LÄHTEET	50
KUVALUETTELO	52
LIITTEET	
Liite 1. Rakennuspiirustukset	
Liite 2. Nykyiset toimistot	
Liite 3. Ylämaan Graniitti Oy:n nettisivujen etusivu	
Liite 4. Lopullinen suunnitelma	

1 JOHDANTO

1.1 Lähtökohta

Opinnäytetyössäni suunnittelen Ylämaan Graniitti Oy:lle sen toimitilat. Suunnitelmani kattaa viiden henkilön toimistotilat, aulatilat, vastaanottotiskin, toimivan keittiön sekä kokoustilat henkilökuntaa ja koulutustilaisuuksia varten. Työn tilaaja, Ylämaan Graniitti Oy, on suomalainen perheyritys, joka on perustettu vuonna 1980. Yritys toimii tällä hetkellä jo kolmannessa sukupolvessa ja on kehittynyt huimasti siitä, mitä sen toiminta alussa on ollut. Yrityksen kehittymisen vuoksi yrityksen toimitusjohtaja Jukka Tielinen haluaa päivittää yrityksen toimitilat vastaamaan nykyistä yrityskuvaa sekä tämän päivän toimistojen ergonomia- ja toiminnallisuusvaatimuksia.

Valitsin aiheen sen ajankohtaisuuden vuoksi. Suomalaiset pk-yritykset ovat pikkuhiljaa alkaneet ymmärtää hyvän suunnittelun ja onnistuneen sisustuksen merkityksen tiloissaan. Hyvällä suunnittelulla voidaan kohottaa yrityksen ilmettä sekä vahvistaa asiakkaiden mielikuvaa yrityksestä. Tuotteita tarjoavissa yrityksissä, kuten tässä tapauksessa, yrityksen näkyvien tilojen suunnitteluun panostamalla voidaan vaikuttaa positiivisesti myyntiin, mikä on yrityksen toiminnan kannalta tärkeää.

Työ on kiinnostava siksi, että toimitiloissa ei ole myytävänä mitään yrityksen tuotteita, mutta silti tilojen tulisi esitellä yrityksen tuotteita ja yritystä parhaalla mahdollisella tavalla. Yrityksen tilojen pitäisi esitellä kiveä niin, että kuluttajien astuessa tilaan heidän tuotetietoisuutensa sekä käsityksensä yrityksen myymien materiaalien ja tuotteiden käyttömahdollisuuksista kasvaisivat, vaikka tilassa ei tuotteita myydäkään. Tilasta ei haluta luoda vain ”kiviluolaa”, minkä vuoksi on mielenkiintoista tutkia millä muilla materiaaleilla ja keinoilla kivistä saa tuotua sen parhaat puolet esiin. Mielenkiintoista työssä on myös se, miten tilasta saa yrityksen imagoa tukevan niin, että se samalla myös vahvistaisi ihmisten positiivisia mielikuvia yrityksestä.

Työ on merkityksellinen, sillä se tarjoaa pienemmillekin yrityksille mahdollisuuden hyötyä tilasuunnittelusta ja sen tarjoamista mahdollisuuksista, kuten yrityksen imagon vahvistamisesta. Suunnittelulla pyritään vaikuttamaan suurempiin kokonaisuuksiin kuin vain yhden tilan suunnitteluun. Tällainen kokonaisvaltainen suunnittelu auttaa yritystä erottautumaan muista yrityksistä ja antaa sille etulyöntiaseman. Projekti

tarjoaa mahdollisuuden nostaa suunnittelun ja suunnittelijoiden arvoa yritysten tiloja suunniteltaessa.

1.2 Omat tavoitteet

Opinnäytetyössäni teen aluksi kolme erilaista tunnelmakonseptia sekä useamman erilainen pohjaratkaisun, joista yhdessä asiakkaan kanssa valitsen yhden yrityksen imagoa parhaiten tukevan tunnelmakonseptin sekä yrityksen toiveita parhaiten vastaavan pohjaratkaisun. Valitun tunnelmakonseptin ja pohjaratkaisun kehittelyn ja parantelun pohjalta teen lopulliset suunnitelmat, joiden avulla yritys voi toteuttaa suunnitelman kokonaisuudessaan. Erilaisten pohjaratkaisuiden ja tunnelmakonseptien tarkoituksena on havainnollistaa asiakkaalle, miten monella eri tavalla tila voidaan jakaa ja millaisia erilaisia tunnelmia yrityksellä on valittavanaan yrityskuvansa tukemiseksi. Lopullinen suunnitelma esitellään asiakkaalle portfolioilla, joka sisältää pohjakuvan, leikkauskuvia, 3D mallinnuskuvia, valaistussuunnitelman sekä materiaali- ja kalustekortit. Suunnitteluosuuden lisäksi opinnäytetyöhön kuuluu kirjallinen osuus, joka kattaa tutkimusosuuden sekä selostuksen opinnäytetyön sekä suunnitteluprojektin kulusta.

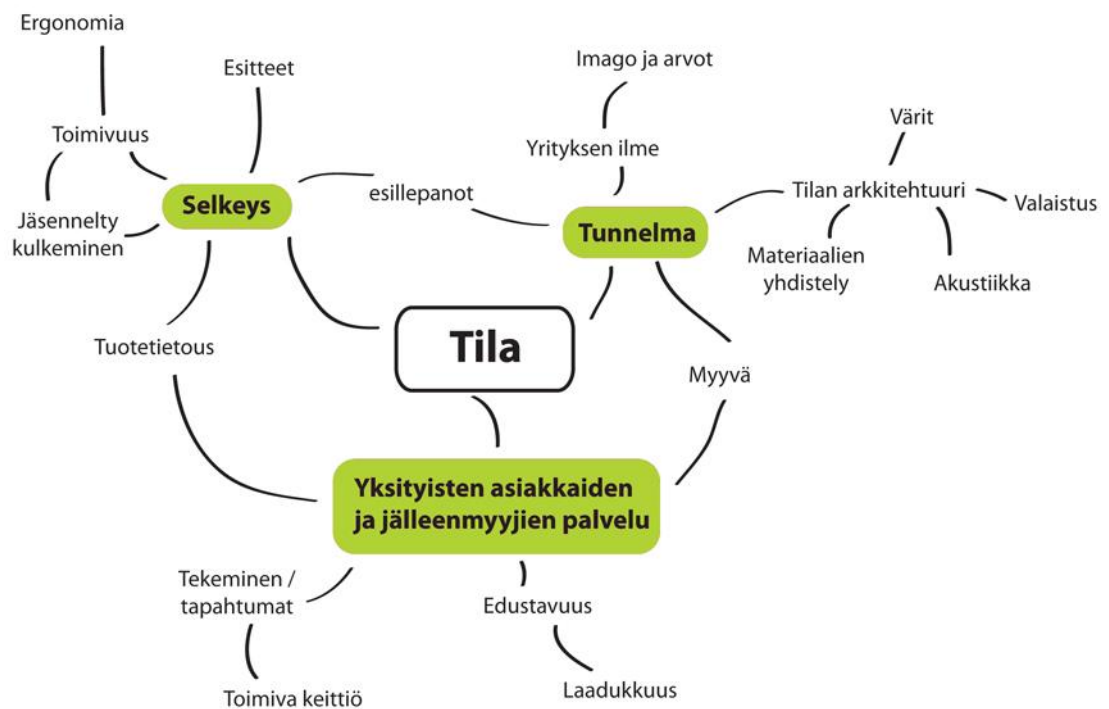
Työn painotus on suunnittelutyössä eli työ on laadultaan produktiivinen. Tämä palvelee parhaiten työn tilaajaa sekä hänen tarpeitaan. Produktio-osuuden tueksi on etsitty myös paljon aiheeseen liittyvää lähdeaineistoa. Lähdeaineistosta on saatu tarvittava tietotaito kirjallisen osuuden kuin itse työn suunnitelmankin loppuun saattamiseksi. Tutkimuskysymykseni, miten yritysten tilojen suunnittelulla pystytään vahvistamaan yrityksen ilmettä ja imagoa, vastaamiseen on käytetty muun muassa Juha Pohjalan sekä Anne Viitasen teoksia. Suunnitelmassa tulen keskittymään erikseen valaistukseen ja akustiikkaan, jotka ovat tärkeitä elementtejä julkisia tiloja suunniteltaessa. Tärkeässä osassa on myös toimistotilojen ergonomia. Suunnitelman visuaalisen ulkoasun, kuten värit, suunnittelen niin, että se tukee yrityksen muuta ulkoista imagoa sekä on yhtenäinen muun yritysilmeen kanssa. Suunnitelman teoreettisena tukena on käytetty muun muassa Suomen Rakennusinsinöörien Liiton RIL ry:n kirjaa: ”Rakennusten akustinen suunnittelu; Toimistot” sekä Työterveyslaitoksen ”Terveellisen työtilan suunnittelu”-kirjaa. Kirjallista osuutta olen tehnyt koko ajan yhtä aikaa suunnitteluprojektin kanssa, jotta ne tukisivat toisiaan mahdollisimman hyvin.

2 PROJEKTIA TUKEVA TUTKIMUSTYÖ

2.1 Aiheen käsitteellistäminen ja rajaaminen

Projektin aluksi määrittelin työhöni oleellisesti kuuluvia käsitteitä jäsennelläkseni alkavaa projektiani. Käsitteellistäminen on tieteellisen tutkimuksen perusasioita ja sillä kuvaillaan todellisuutta tiiviisti. Käsitteiden avulla kommunikoidaan eri tieteenhaarojen kesken ja esitellään keskeisiä asioita myös maallikoille (Anttila 1996, 94). Käsitteiden pohjalta muodostin projektiani varten käsitekartan ja sen pohjalta edelleen viitekehyksen, jotka auttoivat aiheen kontekstin ja laajuuden määrittämisessä. Lisäksi sen avulla rajasin lopulta myös tutkimustyöni aiheen. Käsitekartan ja viitekehyksen avulla tutkittavissa olevan ilmiön eri näkökohtia jäsennellään selviin kategorioihin ja tekijäryhmiin, joiden välillä voidaan ajatella olevan yhteyksiä. (Anttila 1996, 96.)

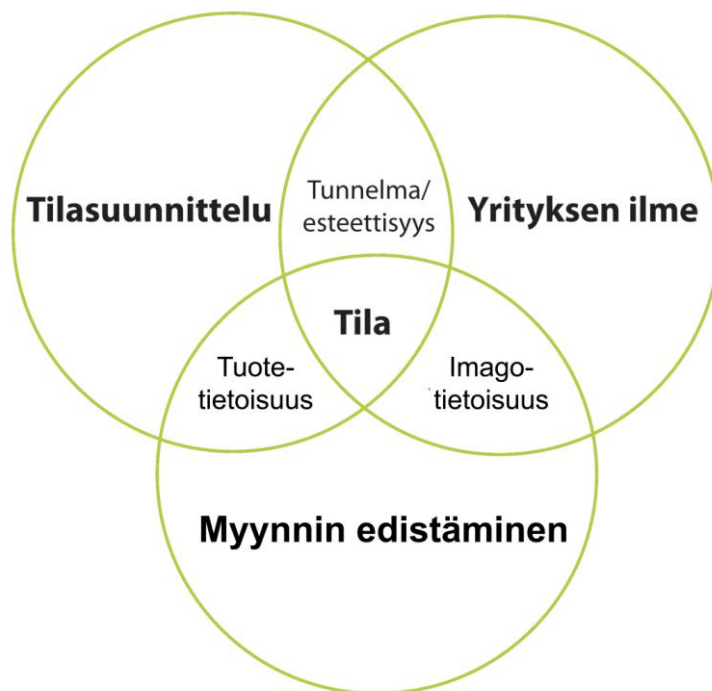
Käsitekartta (kuva 1) on vapaamuotoisesti koottu ja sen tarkoituksena on jäsentää aiheitani sekä nostaa esille suunnittelussa huomioitavia asioita, kuten akustiikka ja valaistus.



Kuva 1. Käsitekartta.

Käsitekartassa operoidaan suoraan käytännöllisillä käsitteillä asettamalla ne järjestykseen ja osoittamalla niiden välinen hypoteettinen vaikutussuunta (Anttila 1996, 102). Esille nostamani käsitteet toimivat hyvin myös tutkimuksen ja tiedonhankinnan pohjana.

Käsitekartan pohjalta muodostin viitekehysten (kuva 2), jossa olen nostanut esille mielestäni kolme työntä kannalta tärkeintä kohtaa: tilasuunnittelu, yrityksen ilme ja myynnin edistäminen. Nämä kolme suurempaa kokonaisuutta kattavat sisäänsä käsitekartassani esiin nostamani pienemmät käsitteet.



Kuva 2. Viitekehys.

Yleisesti viitekehyksissä operoidaan laajoilla asiakokonaisuuksilla (Anttila 1996, 97). Viitekehys rajaa hyvin suunnitteluni kolme suurinta lähtökohtaa. Viitekehysten pohjalta minun oli helppo rajata tutkimukseni sekä nostaa esille myös tutkimuskysymykseni: ”Miten yritysten tilojen suunnittelulla pystytään vahvistamaan yrityksen ilmettä ja imagoa?” sekä sitä tarkentavan alaongelman: ”Mitä yrityksen ulkoiseen ilmeeseen liittyviä asioita tulisi ottaa suunnittelussa huomioon?”.

2.2 Abduktiivinen tutkimus osana suunnittelua

Työni suunnittelullisen otteen vuoksi paras päättelymuoto on abduktiivinen päättely, joka yhdistelee induktiivisen ja deduktiivisen päättelyn piirteitä. Abduktiivisessa tutkimuksessa esitetään erilaisia hypoteettisia ratkaisumalleja, jotka vastaavat teorian asemaa deduktiivisessa tutkimuksessa (Anttila 1996, 441). Työssäni tämän näkyy kolmena erilaisena tunnelmakonseptina, joiden tulisi täydentää työn tilaajan yrityksen imagoa. Konseptit tehdään kolmesta erilaisesta näkökulmasta. Näiden ratkaisumallien väliltä tehdään sittemmin valinta siitä, mikä parhaiten vastaa asetettua tutkimuskysymystä sekä sen määrittämistä. Tässä työssä konseptien valinta tehdään yhdessä työn tilaajan kanssa, jotta se mahdollisimman hyvin vastaisi yrityksen imagoa sekä olisi näin ollen mahdollisimman hyvä esimerkki tutkimuskysymyksen vastauksesta käytännöstä.

2.3 Aineiston hankinta ja analysointi

Löytääkseni vastauksen tutkimuskysymykseeni ja sen alaongelmaan etsin laadullista aineistoa niin kirjoista kuin internetistäkin. Lisäksi olen käyttänyt erilaisia haastatteluja ja kyselyjä, jotka ovat laadullisen aineiston eräitä hankintamenetelmiä (Etusivu – Jyväskylän yliopisto, 2011). Olen haastatellut työn tilaajaa muun muassa hänen toiveistaan toimitilojen suhteen ja kyselyjä olen teettänyt muulle henkilökunnalle siitä, mikä nykyisissä tiloissa on toimivaa ja missä olisi tulevaisuudessa kehitettävää. Näiden kahden aineiston hankintamenetelmän lisäksi olen hankkinut myös kenttämuistiinpanoja. Kenttämuistiinpanoilla tarkoitetaan sitä, että tieto etsitään sieltä missä ilmiö tapahtuu (Anttila 1996, 225).

Kenttämuistiinpanoja olen tehnyt muun muassa vieraillessani itse kohteessa, Ylämaan Graniitti Oy:n toimitiloissa.

Erilaisin keinoin hankkimaani tietoa olen yhdistänyt muun muassa miellekarttoilla ja kuvakollaaseilla, jotka ovat auttaneet minua jäsentelemään toisiinsa liittyvät tiedot yhteen suuremmiksi kokonaisuuksiksi karsimalla samalla ylimääräisen tiedon pois. Jos olen löytänyt keskenään ristiriidassa olevaa tietoa, olen pyrkinyt karsimaan tietoa tutkimalla mikä on todellista tietoa. Jäsentelyn jälkeen minun oli helpompaa yhdistellä tietoa omaan projektiin ja sen toteuttamiseen.

3 SUUNNITTELUN KONTEKSTI

3.1 Ylämaan Graniitti Oy

Yrityksen perustaja Jaakko Tielinen on aloittanut toiminnan kiven parissa jo 50-luvun lopussa loushintaurakoinnilla Ylämaalla ja Kymenlaaksossa. Ensimmäisen graniittilouhimonsa hän on avannut vuonna 1974 Ylämaalle nimellä Louhinta Tielinen Ky. Ylämaan Graniitti Oy on perustettu 1980 jalostamaan Jaakko Tielisen omilta louhimoilta tulevaa raaka-ainetta lattia- ja seinälaatoiksi. Aluksi rakennuskiven raaka-aineena on toiminut ainoastaan omilta louhimoilta saatu kiviaines, mutta myöhemmin materiaalivalikoima on laajennettu kattamaan myös muita kotimaisia kivilajeja. Suurimpia tilausprojekteja 1980-luvulla on ollut muun muassa valtion vierastalon Hotelli Kalastajatorpan kivityö Helsingissä. (Ylämaan Graniitti | Yritys - Historia, 2010.)

Rakennusteollisuuden lisäksi yhtiö on keskittynyt pääasiallisesti 1980-luvun lopusta lähtien mittatilaustuotteisiin, kuten keittiötasoihin, joihin liittyy niiden suunnittelu, valmistus sekä tarvittaessa asennus. Tällä hetkellä Ylämaan Graniitin omistaa sataprosenttisesti Ylämaan Origin konserni, johon kuuluvat Ylämaan Graniitti Oy sekä LT Granit Oy (aikaisemmin Louhinta Tielinen). Ylämaa Origin konserni on yksi johtavia kovan kiven toimittajia Suomessa ja se on Jouni Okon, Jarmo Tielisen ja Jukka Tielisen yksityisessä omistuksessa ja on näin ollen perheyritys. Jouni Okko, Jarmo Tielinen sekä Jukka Tielinen ovat työskennelleet yrityksessä 1980-luvulta lähtien ja sukupolvenvaihdos on tapahtunut vuonna 2002. Yrityksen pääasiallinen toimialue on Suomi, mutta pientä vientiä on myös Ruotsiin sekä Venäjällä Pietariin. Omien kivitasonsa lisäksi yritys tuo ja välittää myös kivimateriaalia Italiasta ja Intiasta sekä Silestone -tasoja espanjalaiselta komposiittitasovalmistajalta Cosentinolta Suomeen ja Baltian maihin. (Ylämaan Graniitti | Yritys - Historia, 2010.)

3.1.1 Liikeidea ja kehitysnäkymät

Ylämaan Graniitti Oy valmistaa kuluttajille kauniita, kestäviä, korkealaatuisia ja helppohoitoisia sisustuskivituotteita graniitista ja kvartsikomposiitista. Pääasiallinen myyntituote ovat työtasot, jotka valmistetaan helpottamaan päivittäistä työskentelyä keittiössä sekä nostamaan kodin arvoa olemalla yksilöllinen design-tuote. Asiakkaita ovat loppukuluttajat, kuten perheenäidit, keittiöissä paljon työskentelevät sekä siellä

viihtyvät henkilöt. Yritys pyrkii tuomaan markkinoille kauniimpia tasomateriaaleja ja sisustusratkaisuja kuin muut alan toimijat. Tähän tavoitteeseen pyritään pääsemään sopimalla yhteistyöstä alansa johtavien toimijoiden kanssa, kuten esimerkiksi johtava komposiittitasovalmistaja Cosentino. Lisäksi yrityksellä on nykyaikaiset tuotantomenetelmät, viimeisin teknologia ja vankka ammattitaito. Yrityksen tuotteita myydään valittujen yhteistyökumppaneiden myymälöissä, joissa Ylämaan Graniitti Oy:n kouluttamat myyjät suunnittelevat tuotteet. Loppukuluttajalla on lisäksi mahdollista saada koulutettu kalusteasentaja tai valtuutettu kiviasentaja asentamaan työtasot oikeaoppisesti paikalleen. (Ylämaan Graniitti | Yritys, 2010.)

Ylämaan Graniitti Oy:ssä uskotaan, että tulevaisuudessa yhä useampi loppukuluttaja valitsee arvokkaamman tasomateriaalin, jolloin kivisten tasojen markkinaosuus nousee. Kivitasojen käytön toivotaan lisääntyvän myös muissa tasopinnoissa, kuten esimerkiksi kerrostalojen ikkunalaudoissa.

Yritys pyrkii kehittämään ja kehittämään tuotteitaan jatkuvasti eteenpäin seuraamalla tämänhetkisiä trendejä. ”Ylämaan Graniitti Oy ja Suunnittelutoimisto CDM Oy ovat aloittaneet yhteistyön tuotemuotoilussa. Tavoitteena on löytää uusia käyttötapoja ja yhdistelmiä kivitasoihin.”(Ylämaan Graniitti – Muotoilusopimus Suunnittelutoimisto CDM Oy:n kanssa, 2010.) Yritys tuo uusia malleja ja mallistoja jatkuvasti markkinoilla, jotta se pystyisi paremmin vastaamaan ihmisten tämänhetkisiin tarpeisiin. Esimerkiksi Eco-mallisto lanseerattiin vuonna 2010. (Ylämaan Graniitti | Yritys - Historia, 2010.)

3.1.2 Yritysilme ja imago

Yrityksen tavoitteena on luoda itsestään asiakkaille skandinaavinen ja kansainvälinen kuva. Skandinaavisuudella tahdotaan korostaa selkeää ja ajatonta linjaa, jolla Ylämaan Graniitti Oy:n tuotteet suunnitellaan ja toteutetaan. Yksi Ylämaan Graniitin tämänhetkisistä omistajista, Jukka Tielinen, kuvaa yrityksen ilmettä nuoreksi ja innovatiiviseksi edelläkävijäksi, mutta joskus myös hieman kankeaksikin. Yritysilmettä ja imagoa tukemaan yhteistyökumppaneiksi valitaan ainoastaan laadukkaita huippumerkkejä.

3.2 Nykyiset toimitilat

Nykyiset toimitilat on rakennettu vuonna 1997 yrityksen kivityöstö hallin yhteyteen (kuva 3–4) ja laajennuksen on suunnitellut suunnittelija Jarmo Jokela (liite 1). Tiloissa ei tämän jälkeen ole tehty remonttia eikä suurempia kalustemuutoksia, jolloin toimitilat eivät enää tällä hetkellä vastaa yrityksen nykyistä imagoa eivätkä toimistoyöntekijöiden tämänhetkisiä tarpeita.



Kuva 3. Ylämaan Graniitti Oy:n toimitilojen julkisivu.



Kuva 4. Yrityksen toimitilojen sisäänkäynti.

Tilojen remontointi yrityksen tarpeita vastaavaksi on ollut suunnitteilla jo pidemmän aikaa. Vuonna 2004 arkkitehtuuritoimisto Ovaskainen on luonnostellut tiloihin mahdollisen toisen kerroksen lisätilan saamiseksi, mutta tilaa ei koskaan remontoitu suunnitelman pienen hyödyn vuoksi.

Tämänhetkinen aulatila (kuva 5–6) luo sisään astuvalle asiakkaalle kuvan siitä, että hän astuisi keskelle lähettämöä muun muassa lattialla säilytettävien tavaroiden vuoksi. Aulatila on kokonaisuudessaan huonosti hyödynnetty ja jäsenneilty, ja toimiikin tällä hetkellä melkein varastona, kunnes tulevaisuudessa tiloja uudistetaan.



Kuva 5. Aula ulko-ovelta katsottuna suoraan eteenpäin.



Kuva 6. Näkymä aulassa olevalle tiskille.

Aulan jäsentelyn ja siistimisen lisäksi tulisi aulassa kiinnittää huomiota myös pieniin asioihin, kuten esimerkiksi jo esillä olevien diplomien ja kunniakirjojen esillepanoon.

Aulatilasta tulisi luoda asiakkaille mielenkiintoinen ja viihtyisä käyntikokemus, joka samalla antaisi yrityksestä asiakkaille myönteisen ja laadukkaan kuvan.

Nykyisellään työhuoneissa (liite 2) ei ole tarpeeksi säilytystilaa, minkä vuoksi osa tavaroista on sijoitettu muun muassa lattioille sekä työskentelytasolle. Yleinen tavaroiden epäjärjestys on työntekijöiden työskentelyn kannalta hankalaa ja tämän lisäksi se vie toimistotiloista myös yleistä viihtyvyyttä. Säilytyskalusteiden lisääminen edesauttaisi toimistojen järjestystä ja nostaisi samalla myös tilojen viihtyisyyttä. Tämän lisäksi tiloihin voitaisiin lisätä vielä muun muassa tekstiileitä ja kasveja työntekijöiden viihtyisyyden lisäämiseksi. Työpisteiltä ei lisäksi löydy erillistä kohdevalaistusta, mihin seikkaan tulevissa suunnitelmissa olisi syytä kiinnittää huomiota.

Tiloissa oleva minikeittiö (kuva 7) ei vastaa yrityksen toiveita. Alkujaan keittiö on tarkoitettu työntekijöiden eväs- ja kahvinkeittopisteeksi, mutta nykyisin yrityksen toiveissa olisi suurempi keittiö. Keittiössä olisi tarkoitus järjestää erilaisia kokkausiltamia asiakkaiden ja jälleenmyyjien kanssa ja sekä samalla esitellä keittiön kivitason käytännöllisyyttä oikeassa ympäristössään ja todellisessa tilanteessa. Lisäksi suuremman keittiön tasoihin saataisiin esille hieman erikoisempia tasotyöstöjä, kuten huullos ja integroitu allas, asiakkaita ja jälleenmyyjä varten.



Kuva 7. Henkilökunnan minikeittiö.



Kuva 8. Mallikivet käytävällä.

Tällä hetkellä tiloissa on käytetty hyväksi kivimateriaalia muun muassa lattiassa, henkilökunnan minikeittiössä sekä joidenkin toimistohuoneiden työskentelytasoissa. Lisäksi kiveä esitellään toimitilojen käytävillä (kuva 8) mahdollisille kuluttaja-asiakkaille sekä jälleenmyyjille. Tulevissa suunnitelmissa tulisikin kiinnittää huomiota siihen, miten erilaiset kivimateriaalit voisivat olla tilassa esillä edustavammin.

4 VISUAALINEN MARKKINOINTI

Visuaalinen markkinointi on markkinoinnin yksi väline, jossa visuaalisin keinoin pyritään vahvistamaan yrityksen identiteettiä ja imagoa sekä luomaan ostohalua ja rohkaisemaan asiakkaan ostotarvetta luomalla yrityksestä ja sen tuotteista positiivinen mielikuva. (Nieminen 2004, 9.) Visuaalisesta näkökulmasta katsottuna yritys- ja tuoteidentiteetin kehittäminen mielletään eri viestinnän sovellusten välillä yhtenäisyyden luomiseksi. Tämä tapahtuu toistamalla samoja elementtejä sekä tuottamalla eri tilanteita varten samansuuntaisia ja yhtenäisiä mielikuvia antavia viestejä, joilla saadaan aikaiseksi visuaalinen tunnistettavuus. (Pohjola 2003, 13.) Niemenkin on tästä asiasta samoilla linjoilla kuin Pohjola. Nieminen jatkaa vielä, ettei yrityksillä ole enää varaa sattumanvaraiseen designin käyttöön vaan kaikkien elementtien, jopa yrityksen mahdollisten muovipussien, tulisi jatkaa yrityksen yhtenäisen ilmeen linjaa. (Nieminen 2004, 77–78.) Tästä voidaan mielestäni päätellä, että yrityskuvan ja yrityksen arvojen tulisi olla selkeästi näkyvissä ja yhteneväiset. Pohjolaa tulkiten yrityksen mielikuvan tai brandin rakentamisen tavoitteena on saada asiakkaiden mieliin persoonallinen, erottuva sekä selkeä kuva yrityksestä. Tähän päämäärään pyrkii omalta osaltaan myös esimerkiksi Design Management, jossa visuaalisen suunnittelun avulla voidaan luoda asiakkaille lisäarvoa yrityksestä. Tähän päästään luomalla halutunlaisia mielikuvia yrityksestä ja levittämällä niitä eri kanavien kautta, jotta vastaanottaja mieltää eri viestit yhteenkuuluviksi ja toisiaan tukevaksi. (Pohjola 2003, 13.)

”Perinteisesti yritysidentiteetin suunnittelu on kulminoitunut tunnuksen, värien ja typografian käytön periaatteiden määrittelyyn”, kirjoittaa Pohjola kirjassaan Visuaalisen identiteetin johtaminen, joka käsittelee lähinnä yritysten graafisen ilmeen yhdenmukaisuutta. Tätä voidaankin mielestäni soveltaa lehtimainonnan lisäksi tilasuunnitteluun. Yhtä lailla yrityksen visuaalista markkinointia suunniteltaessa tulisi asiakkaille avoimien tilojen tukea yrityksen visuaalista tunnistettavuutta. Nieminen

kertoo ihmisen olevan visuaalinen olento ja tämän vuoksi ihmisen ympärillä esiintyvistä informaatiosta jopa 75 % kulkee ihmisen tietoiseen ja tiedostamattomaan maailmaan näköaistin kautta. (Nieminen 2004, 8.) Siksi olenkin samaa mieltä kirjan kirjoittajan kanssa siitä, että yrityksen ei kannata jättää huomioimatta tätä mahdollisuutta omassa yritysstrategiassaan. Kaikki yrityksen ulkoinen ilme, kuten esitteet, nettisivut ja yrityksen tilat viestivät mahdolliselle ostajalle tuotteen ominaisuuksista. Jos design-tuotteita myyvällä yrityksellä on esimerkiksi toimimattomat, epäsiistit tai vanhanaikaiset tilat, jotka asiakas näkee ennen mahdollista ostopäätöstä, jää tuote todennäköisesti ostamatta. Mielikuva tilasta vaikuttaa suoraan tuotteen identiteettiin ja koska mielikuva tuotteesta ja tuotteen todellinen laatu eivät kohta, ei mahdollinen ostaja ole valmis sijoittamaan rahallisesti tuotteeseen. Nieminen sanookin, että visuaalinen markkinointi täydentää yrityksen markkinointia visuaalisilla herätteillä ja vaikuttaa näin ollen suoraan myyntiin. Tämän vuoksi yritysten olisi hyvä pysähtyä miettimään omaa visuaalista ilmettään. (Nieminen 2004, 8.)

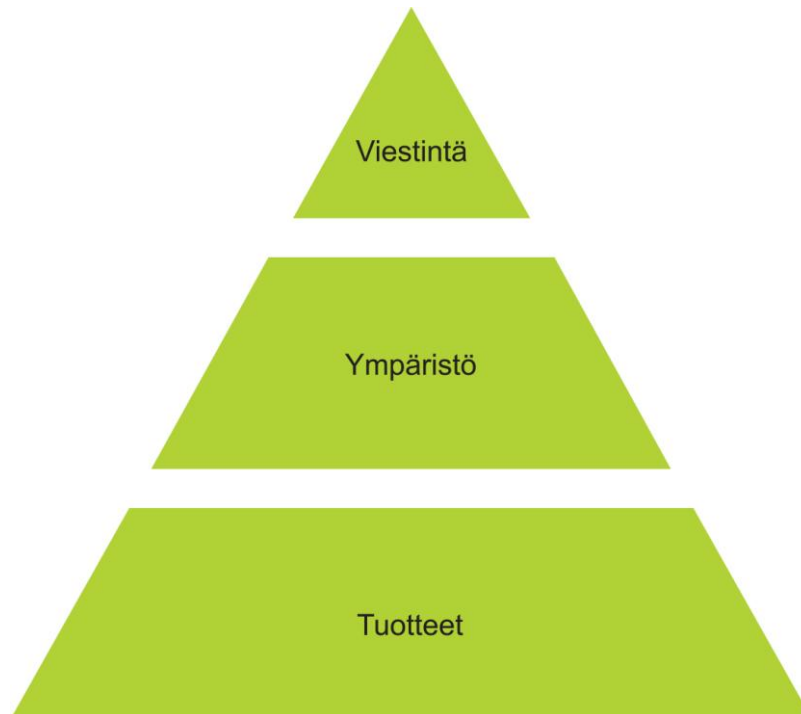
4.1 Visuaalinen identiteetti – Design management

Suomessa yritykset huomasivat 1980-luvun lopulla vahvan yrityskuvan kilpailuetuna. Sen kehittämisen yhtenä kulmakivenä on visuaalinen identiteetti, jossa luodaan yrityksen selkeät ja pysyvät ulkoiset tuntomerkit. Yrityksen markkina-aseman parantamiseksi Suomessa alettiin opetella designin käyttöä liikkeenjohdon välineenä. Tällaista koordinoitua design-strategiaa oli jo melko pitkään hyödynnetty kansainvälisissä yrityksissä muun muassa Japanissa, Englannissa, Yhdysvalloissa ja Hollannissa. (Nieminen 2004, 48.)

Pohjolan mukaan kaikki, mikä yrityksestä tai tuotteesta on silmin havaittavaa, kuuluu yrityksen tai tuotteen visualiseen identiteettiin. Perinteisesti viestinnän ilmeen hallinnassa on keskitytty yritys- tai tuotetunnuksiin, tunnusväriin ja typografiaan. Nämä elementit eivät kuitenkaan riitä kattamaan kokonaisvaltaisesti yritysilmeneen suunnittelua. Esimerkiksi tuotemuotoilu, pakkaukset, tilaisuudet, messut ja näyttelyt tai toimitilojen ilme vaativat lisäksi toisenlaisia keinoja visuaalisen identiteetin määrittämiseksi. Erilaisten viestintäkeinojen ja yritysten näkyvien elementtien tulisi luoda asiakkaille yhtenäinen mielikuva yrityksestä. (Pohjola 2003, 108.) Nieminen kertoo muun muassa design managementin olevan yksi keino hallita visuaalisen

markkinoinnin suurta kokonaisuutta. Se on käsite, josta ei ole selkeää suoraa ja yksinkertaisesti käännettävää suomennosta vaan siitä löytyy useampia erilaisia tulkintoja. Nieminen kertoo kirjassaan, että design managementin voidaan ajatella tarkoittavan erilaisten abstraktien palveluiden ja ideologioiden visuaalista muotoilua, suurempien kokonaisuuksien hallintaa ja johtamista. Useimmiten design managementillä hänen mukaansa tarkoitetaan toimintamallia, jossa designia hyödyntämällä johdetaan visuaalisia viestejä lähettäviä elementtejä. (Nieminen 2004, 48–49.)

Jaskari esittelee Tanskalaisen Jens Bernsenin pyramidimallin, jossa Jens Bernsen kiteyttää design management-kokonaisuuden kolmeen osaan: tuote, ympäristö ja viestintä (kuva 9). Kolmion kanta muodostuu tuotteista, sillä se on yrityksen liiketoiminnan perusta. Kolmion kantaa seuraa yrityksen ympäristö, esimerkiksi messuosastot, toimitilat ja myymälät, joiden tulisi olla yhteneväisiä tuotepolitiikan kanssa ja lopulta pyramidin kärjestä löytyy viestintä, joka pitää sisällään kaiken yrityksen viestintään liittyvän, kuten nettisivut, esitteet ja lehtimainonnan. (Jaskari. 2004, 12.)



Kuva 9. Bernsenin pyramidimalli design managementistä.

Asiasta samoilla linjoilla on myös Nieminen, jota tulkiten design managementin tarkoitus on asiakkaan kokonaistyytyväisyys, johon päästään hyvin muotoilluilla

tuotteilla, viihtyisällä, toimivalla ja aisteja miellyttävällä ympäristöllä sekä henkilökohtaisella palvelulla (Nieminen 2004, 55).

4.2 Yrityksen fyysinen toimintaympäristö

Andelmin ja Casagrande kertovat toimintaympäristön tarkoittavan design managementin näkökulmasta yrityksen fyysistä toimintaympäristöä, joka on visuaalisesti vaikuttava kokonaisuus. Siihen kuuluvat heidän mielestään yrityksen ja sen sidosryhmien kohtaamispaikat. Näiden kohtaamispaikkojen ytimen muodostavat esimerkiksi yrityksen toimitilat, myyntipisteet, huolto- ja korjauspisteet, vapaa-ajan- ja edustustilat, näyttely- ja messuosastot, kuljetuskalusto ja työvaatetus. Tämän lisäksi toimintaympäristöön kuuluu alueellisia reviierejä, yrityksen ulkoinen ympäristö, joita ovat muun muassa yrityksen piha- ja katualueet rakennelmiseen sekä istutukset ja paikoitusalueet. Toimintaympäristö vaikuttaa yrityksen sisäiseen ja ulkoiseen yrityskuvaan. Esimerkiksi tuotantolaitoksen sisätilat vaikuttavat lähinnä yrityksen henkilökuntaan, mutta samalla rakennuksen julkisivu ja arkkitehtuuri viestivät kuvaa yrityksestä suoraan asiakkaille. (Andelmin ja Casagrande. 1994, 141.)

Andelmin ja Casagranden mielestä ympäristö on yrityksen identiteetin kannalta konkreettisin viesti, jonka yksityiskohdat tulisi ehdottomasti suunnitella yrityskuvavoitteen mukaisesti. Heidän mielestään määrätietoisesti suunnitellulla ympäristöllä voidaan muovata yrityksen identiteettiä haluttuun suuntaan. Toimintaympäristön merkitys yrityskuvan kannalta on suurin aloilla, joissa asiakaskontakti hoidetaan yrityksen omissa tiloissa, esimerkiksi kahvilat, ravintolat, hotellit ja pankit. Erityisesti, kun myytävät tuotteet tai palvelut eivät ratkaisevasti erotu toisistaan, voidaan kilpailuvaltiksi nostaa yrityksen toimintaympäristö. Omaleimaisesti ja yrityksen imagoa tukevasti suunnitelluilla tiloilla voidaan erottautua paremmin muista samana alan yrityksistä. (Andelmin ja Casagrande. 1994, 141–142.)

4.2.1 Yrityksen ulkoinen ympäristö

Ulkoalueet ja ympäristö ovat yrityskuvan muodostamisessa tärkeitä osa-alueita. Siistit, toimivat sekä esteettisesti miellyttävät piha- tai ulkoalueet kertovat asiakkaille ja yrityksen työntekijöille yrityksen ajattelumallista ja toimintaperiaatteista. Yrityksen ympäristöön ja piha-alueisiin ei lueta vain julkisivun puolta ja sisäänkäyntiä vaan ympäristö kattaa sisälleen myös varasto- ja huoltoalueet sekä pysäköintipaikat ja

takapihat. (Soini. 2004, 166.) Ajattelisin, että suunnittelijan on helppo unohtaa tällaisten irrallisiksi miellettyjen rakennusten ja alueiden kuulumisen suuremman kokonaisuuden ja suunnittelun piiriin. Nieminen kertoo ympäristön suunnitteluun kuuluvan tämän lisäksi myös muun muassa näyttely- ja messuosastot, opasteet sekä ajoneuvot. Tarkempana esimerkkinä asiasta hän kertoo myymälämielikuvaan vaikuttavista ulkoisista tekijöistä, joita ovat piha-alue, opasteet, mainokset, rakennus, julkisivu, sisäänkäynti sekä näyteikkunat. (Nieminen 2004, 75.) Soinin mielestä ympäristöä tulisivatkin käsitellä kokonaisuutena ja siitä olisi löydettävä ne elementit, joiden merkitys on suurin. Tämä edellyttää suunnittelun, rakentamisen ja ylläpidon keskittämisen oikeisiin kohteisiin. (Soini. 2004, 166.)

Soini ja Nieminen kirjoittavat molemmat ympäristön hallitun suunnittelun tärkeästä merkityksestä yrityksille. Soini kirjoittaa sen takaavan yrityksen toiminnan kannalta oleellisten toimintojen esteettömän sujumisen, kun taas Nieminen korostaa hyvällä ympäristösuunnittelulla saavutettavan vetovoimaisen ja viihtyisän ympäristön vaikutuksen yritysimagea vahvistavana kilpailuetuna muihin yrityksiin nähden. (Nieminen 2004, 76; Soini. 2004, 166.) Molemmat ovat kuitenkin yhtä mieltä siitä, että suunnittelun täytyy tapahtua yrityksen omien fyysisten ja taloudellisten resurssien ja ulkoisten lähtökohtien, kuten maaston, asettamien mahdollisuuksien ja rajoitusten ehdoilla. (Nieminen 2004, 127; Soini. 2004, 166.) Soinin mielestä piha-alueen on myös palveltava yrityksen toimintaa, eikä se saa aiheuttaa haittaa yritystoiminnalle. Ideaalista olisi myös hänen mielestään varautua ulkoalueiden suunnittelussa yritystoiminnan mahdolliseen laajenemiseen. (Soini. 2004, 167.)

Soini kirjoittaa sisääntuloväylien ja piha-alueiden toimivan yrityksen käyntikorttina ja antavat ensivaikutelman asiakkaalle yrityksestä. Pääsisäänkäynnin kohdalla suunnitteluun ja rakentamiseen voikin hänen mielestään kiinnittää tarkempaa huomiota kuin muilla alueilla. Sisäänkäynnin korostamisessa voitaisiin hänen mielestään kiinnittää huomiota esimerkiksi päällysteratkaisuihin, mahdollisiin kasvivalintoihin, valaistukseen sekä erilaisiin rakenteisiin. Hän kertoo myös hyvin suunnitellun piha-alueen mahdollisuudesta toimia työntekijöiden tauko ja virkistätymispaikkana. Piha-aluetta voitaisiin tämän lisäksi hyödyntää myös tuotteiden markkinoinnissa esimerkiksi ulkonäyttely ja esittelyalueilla. Näin yrityksen tuotteita saataisiin tehokkaasti esille myös yrityksen piha-alueelle. (Soini. 2004,167.)

4.2.2 Yrityksen toimitilat

Muun muassa Hämäläisen mielestä tänä päivänä yrityksen toimitilat ovat entistä avoimempia myös yrityksen ulkoisille sidosryhmille, kuten asiakkaille ja yhteistyökumppaneille, minkä seurauksena toimitilasuunnitteluun panostetaan aikaisempaa enemmän oikeanlaisen yrityskuvan aikaansaamiseksi ja korostamiseksi. (Hämäläinen. 2004, 143.) Toimitiloiksi voidaan Niemisen mukaan luokitella myyntipisteet, yrityksen tuotanto- ja toimistotilat, huolto- ja korjaamopisteet tai yrityksen edustustilat. Kaikki nämä tilat viestivät asiakkaalle informaatiota yrityksestä, ja kaikille niille yhtenäistä tulisi olla yrityksen imagon esille tuominen visuaalisen ilmeen avulla. Esimerkiksi epäviihtyisiä ja huonosti jäsennelty aneeminen tila, joka on saatu aikaiseksi sattumanvaraisella suunnittelulla tai yhdistelemällä usean eri ihmisen näkemyksiä, viestii asiakkaalle negatiivisia asioita yrityksestä. Suunnittelemattomuus vaikuttaakin negatiivisesti yrityksen tulokseen. (Nieminen 2004, 121–130.)

Ulkoisten sidosryhmien lisäksi kiinnostus toimitilasuunnitteluun on kasvanut viime vuosina muun muassa siksi, että työntekijät viettävät tänä päivänä entistä enemmän aikaa työpaikoilla ja tällöin yrityksen on hyvä kiinnittää työympäristön viihtyvyyteen ja toimivuuteen enemmän huomiota. (Hämäläinen. 2004, 143.) Toiminnallisuuden ja viihtyvyyden lisäksi Andelmin ja Casagranden mielestä toimitilojen suunnittelulla on myös suuri vaikutus henkilökunnan sitoutumiseen ja motivoitumiseen työssään. Kun yrityksen toimitiloissa käytetään tehokkaasti hyväksi yrityksen visuaalista ilmettä ja samalla korostetaan yrityksen päämääriä ja strategioita, on henkilökunnan helpompi samaistua ja sitoutua yritykseen. (Andelmin ja Casagrande. 1994, 146.) Niemisen mukaan sisustus- ja tilaratkaisut määräytyvät kuitenkin pitkälti sen mukaan toimiiko yritys vuokra huoneistossa vai omassa liiketilassaan. Omissa tiloissa on aina se hyvä puoli, että ne voidaan suunnitella varta vasten yrityksen tarpeiden mukaisesti. (Nieminen 2004, 12.)

4.3 Visuaalisen markkinoinnin toteutus – imago näkyväksi

Niemisen mielestä tämän päivän ostamisen helppous ja ikävystymisen tarpeen poistaminen antavat viitteitä siitä, että 2000-luvun asiakas on haastava ja vaativa. Esimerkiksi ostoksille lähtiessään asiakkaat olettavat näkevänsä myymälöiden tuotetarjonnan mahdollisimman haluttavana, selkeänä ja valmiiksi mietittyinä

kokonaisuuksina esiteltyinä. Valmiit kokonaisuudet helpottavat tämän päivän kuluttajaa ostopäätöksessä. Asiakkaiden mielenkiinnon ylläpitämiseksi tulisi tuotteiden esillepanojen vaihtua säännöllisin väliajoin ja somistusten tulisi luoda jännittäviä ja erilaisia maailmoja ja teemoja, jotka saavat aikaan asiakkaassa monitahoisia aistimuksia. Asiakkaan jalat kulkevat sinne missä silmät ovat jo käyneet, jos esillepanoilla on saatu herätettyä asiakkaissa tunteita ja elämyksiä esimerkiksi tuoksuilla, äänillä, väreillä ja valoilla. (Nieminen 2004, 210.)

Pohjolaisen näkemyksen mukaan tiloihin liittyvä suunnittelu tehdään yleensä irrallaan viestintä- tai markkinointiorganisaation tuottamista brandin määrittämisestä. Yleensä yrityksen ilme tiloihin luodaan tuomalla sinne yrityksen tunnus ja muutama yrityksen tunnusvärillä muodostuva elementti. Tämä ei kuitenkaan vielä takaa sitä, että tilojen ilme kokonaisuudessaan loisi asiakkaalle yrityksestä halutunlaisen, imagoa ja brandia, vastaavan kuvan. (Pohjola 2003, 172.) Andelmin ja Casagrande kertovat, että toimitilojen profiloitikeinona voidaankin käyttää visuaalisen ilmeen suunnittelun näkökulmasta sijaintia, tyyliä, tilan muotoa, kokoa ja jäsentelyä, rakenneratkaisuja, valaistusta, värejä, materiaaleja, muotoja, koneiden, laitteiden ja kalusteiden tuomaa imagoa, viherkasveja, tekstiilejä ja taideteoksia, tuoksua tai tuoksuuttomuutta, sisäilmaa, ääniä tai äänettömyyttä, siisteyttä ja järjestystä. (Andelmin ja Casagrande. 1994, 162.) Nieminen kirjoittaa kirjassaan samasta asiasta, mutta hieman eri näkökulmasta, ottamalla tilan, koneiden ja muiden edellä mainittujen seikkojen lisäksi hän ottaa huomioon vielä yrityksen ilmapiirin, palvelukulttuurin sekä henkilökunnan työasut, jotka hänen mielestään liittyvät myös toimitilojen suunnitteluun (Nieminen 2004, 75).

Pohjolaista tulkiten brandin ja imagon tukemiseksi tilojen suunnittelussa on mahdollista hyödyntää monen eri aistin luomia tasoja. Voidaan esimerkiksi käyttää yhtä aikaa hyödyksi näkymän, äänen, kosketuksen ja jopa maun ja hajun vaikutusta. Pohjola kertoo esimerkkinä, kuinka näitä elementtejä yhdistämällä voidaan luoda rauhallinen ja miellyttävä tunnelma myymälään, jolla saadaan asiakkaat viipymään myymälässä pidempään. (Pohjola 2003, 173.) Mielestäni tämän pohjalta voitaisiin ajatella, että asteihin vaikuttamalla saadaan luotua asiakkaille juuri sellainen tunnelma kuin yrityksestä ja sen imagosta halutaan antaa. Niemisen mukaan tarkasti suunniteltu ja kohdistettu visuaalinen markkinointi antaa yritykselle lisäkeinon olla houkuttelevampi ja persoonallisempi kuin kilpakumppaninsa. Pienelläkin budjetilla

voidaan saada näyttävää jälkeä sillä yrityksen liikeideaan ja toimialaan sopivat oikeat värivalinnat eivät maksa enempää kuin väärätkään värit. Suunnittelun ytimessä ovat Niemisen mielestä oikeanlaiset värit, valaistus, rakenne ja kalusteet. Yrityksen näköinen myymäläilme takaa yritykselle erottuvuuden muista kilpailijoista. (Niemi 2004, 211–212.)

5 TOIMISTOSUUNNITTELU

Toimisto voi olla hyvin varustettu ja ilmastoitu kokonainen rakennus tai se voi sijaita kaupan pienessä takahuoneessa tai teollisuuslaitoksen hallin nurkassa. Toimisto voi olla esimerkiksi liikkuva työpiste sairaalan käytävällä. Yleensä toimiston työtila on selkeästi rajattu alue, työhuone tai seinäkkein erotettu avotilan osa. Kuitenkin työtilan ja työpisteen varustelua koskevat samat standardien ja lakien asettamat vaatimukset riippumatta siitä, missä toimisto sijaitsee. (Ketola 2007, 9.) Toimistosuunnittelu on ihmisten työympäristöjen suunnittelua, jonka tulee tukea niin työn tekijää kuin työn tekemistäkin samalla muodostaen päivittäiselle työnteolle taustan. Tämän vuoksi toimistosuunnittelussa on huomioitava inhimilliset, yksilöön ja yhteisöön liittyvät sosiaaliset käyttäytymismallit yhtä lailla kuin taloudelliset, tuottavuuteen ja kustannuksiin liittyvät tekijät. Toimistotilojen omistaja ja sen käyttäjät asettavat suunnittelulle omat tavoitteensa, joiden yhteensovittaminen on hyvä päämäärä taloudellisesti järkevän ja korkealuokkaisen toimistotilan saavuttamiseksi. (Toimistotilat, yleissuunnittelu- ja mitoitus 2000, 2.)

Toimistotiloissa tapahtuu eriasteista- ja muotoista yhteistyötä, kokouksia, neuvotteluja, keskusteluja ynnä muita sellaisia toimintoja, joiden kanssakäyminen ja kommunikointi voi tapahtua joko elektronisesti tai ”face to face”-tyyppisinä tapahtumina tiloissa. Erilaisten toimintojen lisäksi tilojen suunnitteluun vaikuttavat: jatkuvat organisaatiomuutokset, uuden teknologian omaksuminen sekä koventunut yritysten välinen kilpailu. Tämän vuoksi joustavuus ja muunneltavuus ovat yleisimmät rakennus- ja tilasuunnittelulle asetettavat tämän päivän vaatimukset. Rakennuksen tilajaon tulisi kestää useita käyttäjä- ja vuokralaissukupolvia ja suunnitteluratkaisujen tulisi vastata myös jokaisen käyttäjän omia sekä yksilöllisiä tarpeita. Tänä päivänä yrityksillä on myös aikaisempaa suurempi tarve kohdata asiakkaat ja ulkopuoliset sidosryhmät mahdollisimman myönteisellä tavalla ja tämä korostuu sekä yksityisen että julkisen sektorin toimitilasuunnittelussa. Toimistotiloissa asiakkaille välittyvät

mielikuvat sekä tilojen sijainti, työympäristön terveellisyys ja viihtyvyys vaikuttavat paljon henkilökunnan rekrytointiin ja motivointiin. (Toimistotilat, yleissuunnittelu- ja mitoitus 2000, 2.)

5.1 Valaistus

Jaana Haapamäki Idman Oy:stä kirjoittaa valaistussuunnittelun olevan yrityksen imagon rakentamisessa oleellista. Tilojen yleisvalaistuksessa valolla on tärkeä funktionaalinen merkitys ja sen lisäksi se toimii erilaisten yksityiskohtien korostajana. Esimerkiksi julkisissa tiloissa valaistuksella voidaan Haapamäen mielestä luoda mitä erilaisimpia tunnelmia käyttämällä yrityksen liikeideaan soveltuvia valaistusratkaisuja. Erilaisia valaistusratkaisuja varten tarjolla on teknologialtaan ja ulkomuodoltaan erilaisia ripustettavia, kiinteitä, upotettavia ja suunnattavia yksittäisiä ja rivivalaisimia. Myös runko ja pintamateriaaleja on valittavana useita erilaisia. Turvallisuus, tehokkuus, energiansäästö ja ympäristöystävällisyys ovat Haapamäen mukaan valaistussuunnittelun päätavoitteita. Valolla on taianomainen kyky sytyttää tila ja siellä olevat värit eloon. (Nieminen 2004, 20.)

Niemisen mukaan valaistussuunnittelu lähtee liikkeelle tilasta, valaistustavasta, suosituksista ja asiakkaan toiveista. Visuaalisuuden arvostuksen nousu on vaikuttanut valaistussuunnitteluun ja tänä päivänä halutaan teknisyyden lisäksi myös elämyksellisesti onnistuneita valaistuksia. Valaistuksessa visuaaliseen kokonaisilmeeseen vaikuttaa kolme teknologian sanelemaa tekijää, jotka ovat valonlähteen väriämpötila, sen värintoistoindeksi sekä valaistusvoimakkuus. Nämä kolme tekijää vaikuttavat siihen, kuinka näemme ja koemme ympäristömme. Valaistus eritellään yleis- ja korostusvalaistukseen. Yleisvalaistusta suunniteltaessa otetaan valaisimien tuoman valon lisäksi huomioon myös luonnonvalo ja sen mahdollinen hyödyntäminen. Korostusvalaistus taas on valaistustekniikka, jolla vaikutetaan huomattavasti lopputulokseen. Kaikessa valaistuksessa suositusten ja normien täytyminen on pakollista, mutta valaistussuunnittelu on parhaimmillaan kaikkien teknisten ja arkkitehtonisten yksityiskohtien harmonista yhdistämistä. (Nieminen 2004, 202.)

Valaistusongelmat toimistotiloissa ovat muuttuneet aivan uudenkaltaisiksi sen jälkeen, kun tietokoneiden näyttöpäätteet yleistyivät (Rihlama 2000, 87). Esimerkiksi Ketola kertoo kirjassaan Toimiva toimisto, näyttöpäätteiden tuomista erityisvaatimuksista

valaistussuunnittelussa. Näyttöruudut lähettävät jo itsessään valoa ja näin ollen muusta valaistuksesta voi olla harmia. Ketolan mukaan kuitenkin oikeanlaisella valaistusjärjestelyllä voidaan helpottaa työntekijän työskentelyä. Oikeanlainen valaistus myös varmistaa työkohteen virheettömän ja nopean havaitsemisen, auttaa turvallisuutta vaarantavien kohteiden havaitsemisessa sekä synnyttää miellyttävän visuaalisen ympäristön. Toimistotyön työskentelyalueella riittävän valaistuksen voimakkuus on keskimäärin 500 luksia ja työskentelyalueen valaistuksen tulee olla riittävän tasainen. Valonlähteet eivät saa olla työntekijän näkökentässä, eivätkä heijastua näytöltä, papereista, näppäimistöistä tai kalusteista. Lisäksi mikään ei saa varjostaa valon tulemistä työskentelyalueelle. (Ketola 2007, 20–24.)

Rihlana kirjoittaa kirjassaan, valaistus ja värit sisustussuunnittelussa siitä, kuinka tietokonetyöskentelyssä valaistusjärjestelyihin tulisi kiinnittää aivan erityistä huomiota, jotta kuva ja teksti näyttöruudulla näkyisivät mahdollisimman häiriöttömänä. Tämän vuoksi tärkeimpänä pyrkimyksenä toimiston työpisteen valaistuksessa on, ettei näyttöruudussa näy työskentelyä haittaavia heijastumia. Näytön pinnalta heijastuva hajavalon aiheuttaa sen, että näyttö on kokonaisuudessaan vaaleampi, mikä heikentää näytöltä havaittavaa värikkyyttä ja valotiheyskontrastia. Tätä työntekijän silmille haitallista heijastumista voidaan kuitenkin Rihlaman ja Ketolan mielestä estää näytön sijoituskorkeudella sekä kallistussäädöllä. (Rihlana 2000, 69; Ketola 2007, 21.) Ketolan mukaan toimistotiloissa työskentelevän henkilön näkökentässä olevat valaisimet ja ennen kaikkea ikkunat voivat heikentää näytöltä havaittavan kuvan kontrastia. Tämän vuoksi on tärkeää, ettei näyttöä sijoiteta suoraan valolta suojaamattoman ikkunan eteen. Kirkkaiden valonlähteiden tulisi olla joko kokonaan poissa näkökentästä tai sijaita katsesuunnasta tarpeeksi sivussa. Myös käyttäjän takana oleva ikkuna tai työpisteen taakse sijoitettu suojaamaton valaisin voivat heijastua näytöstä. Kirkas valonlähde ei välttämättä heikennä havaittua kohdetta, mutta se saatetaan silti kokea epämukavaksi ja samalla se heikentää työntekijän hyvinvointia ja työtehokkuutta. (Ketola 2007, 23.)

Ketolan mukaan pienten, yhden hengen huoneiden, työpisteiden valaisimet on suhteellisen helppo valita ja sijoittaa siten, ettei haitallisia heijastuksia tai häikäisyä synny. Isossa työtilassa hänen mielestään kuitenkin joudutaan tarkemmin pohtimaan valaisinten häikäisysojausta. Suunnittelijan varmin ratkaisu onkin Ketolan mukaan käyttää epäsuoraa yleisvalaistusta, jolloin kaikki valaisimista lähtevä valo heijastuu

kattopinnan tai seinien yläosan kautta. Ketolan kanssa samoilla linjoilla epäsuorasta valaistuksesta on myös Rihlama. Hän myös lisää epäsuoran valaistuksen olevan suotavaa vain jos, heijastuva valo ei joudu kulkemaan liian pitkää matkaa. (Ketola 2007, 23; Rihlama 2000, 69.) Ketolan mukaan vastaavasti yhteisissä työtiloissa osa valoista kannatta tuottaa työpistevalaisimilla ihmisten erilaisten valontarpeiden ja eri töiden vuoksi. Tällöin työntekijät voivat itse säätää valaistuksen tasoa. Valaisimen lampputyypistä riippuen tilaan tulee eri sävyistä valoa. Värisävyn suhteen ihmisillä on yksilöllisiä mieltymyksiä, mutta näkemisen kannalta tärkeää on kuitenkin valon määrä, suunta sekä valaisimien sijainti. (Ketola 2007, 24.)

5.2 Värit

Väreillä on psykologisia ja jopa fysiologisia vaikutuksia ihmiseen ilman, että ne liittyvät johonkin tiettyyn käyttöyhteyteen tai tilanteeseen. Ihmisen silmä suhteuttaa ympäristössä esiintyvistä elementeistä lähtevän värin muiden elementtien väreihin, pyrkien rakentamaan tasapainoisen kokonaisuuden. Tämän vuoksi väri voi esiintyä vain suhteessa toisiin väreihin. Yrityksen visuaalisessa ilmeessä esimerkkeinä voimakkaista värin rooleista ovat esimerkiksi Suomen Posti, SOL ja Huoneistokeskus. Postin ja Huoneistokeskuksen katukuvassa voimakkaasti viestiviä elementtejä ovat esimerkiksi autot ja toimipisteet. Tämän lisäksi Postilla myös henkilökunnan asut ovat näkyvä osa väreistä yrityksen visuaalisessa markkinoinnissa. Värin käyttötapa yrityksen eri sovelluksissa ja käytön johdonmukaisuus ratkaisevat sen, tuleeko väristä voimakas yrityksen tunnistustekijä. (Pohjola 2003, 135–137.)

Lähdettäessä suunnittelemaan tilan värejä tulisi eritellä tarkoin ne olennaiset lähtökohdat, joiden pohjalta voi ruveta rakentamaan kokonaisuutta. Tilojen värit on yleensä perustunut muotiin tai taiteelliseen näkemykseen, eikä värien vaikutusta tilassa oleskelevan tai työskentelevän kannalta ole liiemmästi pohdittu. Kuitenkin tänä päivänä on jo tieteellisestikin voitu todistaa väreillä olevan merkitystä sekä mielialaan että elintoimintoihin. Tämän vuoksi värejä suunniteltaessa tulee suunnittelijan tuntee vastuunsa. Tasapainoisen tuloksen saamiseksi suunnittelussa on otettava huomioon kohtuullisessa määrin muotivirtauksia, värien vaikutusta sekä taiteellista näkemystä. (Rihlama 2000, 51.) Tilan värejä valittaessa ei ole syytä lattiaa lukuun ottamatta käyttää tummia pintoja, koska ne imevät itseensä valoa. Tummiin seinien heijastaman valon niukkuus johtaa kolmiulotteisen havainnonteon vaikeutumiseen. Myös silmät

rasittuvat tällaisissa tiloissa, joissa valoisuusvastakohdat muodostuvat suuriksi. Liian värilliset seinä- tai kattopinnat koetaan helposti häiritsevän aktiiviseksi. Kovin voimakkaita värejä ei tulisi yleensä käyttää laajoina pintoina, vaan ne kannattaa säästää ryhdittämään tilakokonaisuutta pienemmissä yksityiskohdissa, kuten kalusteissa, tekstiileissä tai vaikka koriste-esineissä. Tilasta saa varmimmin tasapainoisen, kun lattia on tummin ja katto tilan vaalein pinta. Joissakin tapauksissa kuitenkin saattaa vaalea lattia heijastuksillaan parantaa koko tilan valoisuutta ja sävytetty katto valkoisten seinien yläpuolelle antaa avaruutta. Sävyjen sijoitukseen antaa luonto omat vihjeensä. Tämän vuoksi vihertävä katto tai vaaleansininen lattia tuntuvat usein nurinkurisilta. Yleensä myös aivan puhtaat värit eivät sovellu lattiaan, koska sen pinta koetaan luontevimpana vähän murrettujen värien käyttöalueena. Huoneessa yhden pinnan käsittely selvästi muista poikkeavalla tavalla saattaa rikastuttaa näkymiä. Kuitenkin useamman pinnan kuviointi tai väri vaihtelu rikkoo selvästi tilavaikutelman eikä ole hyödyksi lopputulokselle. (Rihlama 1998, 12.)

Toimistotilojen yleisvärityksen tulisi normaalitapauksissa olla joko valkoinen tai vaalea. Esimerkiksi erittäin vaalean ruskea ja harmaa ovat suosittuja. Väriiniukkuus katossa ja seinissä ovat suositeltavia, koska yleensä toimiston hyllyille tuleva materiaali on värikästä. Sopivaa väri-iloa tilaan saadaan aikaiseksi esimerkiksi työtuolien verhoilulla ja työtason alapuolisilla laatikostovärityksillä. Jos toimistotiloja jaetaan seinäkkeillä, ne eivät saa olla voimakkaan värisiä, sillä seinäkkeet muodostavat silmiä rasittavan vastakohdan. (Rihlama 2000, 87.)

5.3 Akustiikka

Ketolan kirjan, Toimiva toimisto, mukaan toimistoympäristössä melu ei aiheuta kuulovaurion vaaraa, mutta sen sijaan se voi heikentää työhön keskittymistä ja työviihtyvyyttä. Ketola ja Hongisto ovat teoksissaan yhtä mieltä siitä, että toimistoissa työskentelyä häiritsevät eniten naapurityöpaikoista tai käytäviltä kuuluvat puheäänät. Seuraavana tulevat puhelinten soittoäänät, taukopaikoilta ja neuvotteluhuoneista kuuluvat ajoittaiset äänät sekä käytävillä kulkemisesta aiheutuvat äänät. Myös esimerkiksi yhteisestä isosta tulostimesta lähtevä ääni voi aiheuttaa paikallisia ongelmia. (Ketola 2007, 32; Hongisto 2008, 13.) Hongiston mukaan kaikki kyseiset äänät ovat äänitasoltaan vaihtelevia, niiden syntymistä on vaikea ennakoida ja tämän vuoksi niitä on vaikea hallita. Tällaiset ei-toivotut puheäänät laskevat työn

tuottavuutta, kun kyseessä on kognitiivisesti vaativa työtehtävä, esimerkiksi lukeminen, luova työskentely, päättelyä vaativa tehtävä tai ohjelmointi. Puheen erotettavuuden laskiessa ei-toivottujen puheäänien haittavaikutus pienenee. (Hongisto 2008, 13.)

Henkilötyöhuoneella tarkoitetaan perinteistä väliseinillä ja ovella rajattua työhuonetta, jossa työskentelee yksi henkilö. Tällä tilavalinnalla pyritään takaamaan keskittymisrauha sekä sallimaan normaalien keskustelujen käyminen tilassa luottamuksellisesti. Akustisesti hyvä henkilötyöhuone saavutetaan 35–44 desibelin ilmastointiluvulla sekä 0,70 sekunnin jälkikaiunta-ajalla taajuuksilla 250–4000 hertsiä. Lisäksi ilmastointimelun tulee olla alle 40–45 desibeliä sekä käytävää vasten olevan toimiston tyydyttävä askeläänieristys saavutetaan, kun askeläänitasoluku on pienempi kuin 63 desibeliä. (Hongisto 2008, 33–37.)

Avotoimisto on avotilatoimiston tyyppi, jossa korkeat seinäkkeet erottavat työpisteet toisistaan (Hongisto 2008, 9). Avotilatoimistojen huoneakustinen suunnittelu on erittäin vaativaa verrattuna muiden työtilojen suunnitteluun. Avotilatoimistoissa akustisen suunnittelun tavoitteena on luoda olosuhteet, joissa äänet aiheuttavat mahdollisimman vähän haittaa keskittymiselle ja puhelinkeskusteluille. Samalla pyritään parantamaan työpisteiden puheyksityisyyttä. Toisin kuin pienemmille työhuoneille ei avotoimistojen ääniolosuhteiden suunnittelua varten voida esittää yhtä yleispäteviä ohjeita, sillä avotilatoimistojen sisustus- ja kalusteratkaisut sekä tilavuudet voivat vaihdella merkittävästi. Lisäksi tilassa työskentelevien henkilöiden työtehtävät voivat vaihdella runsaasti. (Hongisto 2008, 38.) Ketolan mukaan avotoimistojen akustiset ongelmat johtuvat usein siitä, että vaimennusmateriaalia on huonepinnoilla liian vähän, taustamelutaso on alhainen ja seinäkkeet ovat varsinkin uudemmissa toimistoissa liian matalat. Akustisesti hyvässä toimistossa taustamelutaso on 40–45 desibeliä, koko kattopinta on hyvin ääntä absorboiva ja myös seinillä on runsaasti absorptiomateriaalia sekä sermien korkeus on vähintään 160 senttimetriä. Samoihin asioihin tulisi kiinnittää huomiota avotilatoimistojen suunnittelussa myös Hongiston mukaan. Molemmissa julkaisuissa ollaan myös yhtä mieltä siitä, että hyviä akustisia olosuhteita ei saavuteta pelkästään yhden tai kahden tekijän huomioon ottamisella. Esimerkiksi pelkkä seinäkkeiden korottaminen ei yksinään riitä, jos katto ei ole hyvin ääntä vaimentavaa materiaalia. (Ketola 2007, 37; Hongisto 2008, 39) Hongisto kertoo myös siitä, kuinka avotoimistoissa, toisin kuin henkilötyöhuoneissa,

pyritään aikaansaamaan korkeampi taustäänitaso, jotta naapurityöpisteiden puhe peittyisi paremmin. Kuitenkaan avotilatoimiston LVIS -äänitason ei tule kuitenkaan olla yli 42 desibeliä. Taustäänitaso voidaan aikaansaada joko ilmanvaihdolla tai keinotekoisella peittoäänijärjestelmällä. Peittoäänijärjestelmän ohjearvo on 40–45 desibeliä. Askeläänieristyksen osalta akustiset vaatimukset eivät poikkea henkilötyöhuoneille esitetyistä arvoista. (Hongisto 2008, 40.)

5.4 Työpiste-ergonomia

Hyvä työtuoli on mitoitukseltaan ja säädettävyydeltään työntekijälle sopiva sekä suoritettavaan tehtävään tai toimintaan tarkoituksen mukainen. Hyvässä työtuolissa istuma-asennon vaihtaminen ja ylläpitäminen on helppoa. Istuinpinnassa tulisi olla riittävä kitka luisumisen estämiseksi sekä istuinpinnan tulisi olla hengittävä. Tietokonetyötehtäviä on erilaisia, jolloin työasennotkin voivat erota toisistaan paljon. Tietokonetyöskentelyn perustyöasentona pidetään yleensä pystyä, hiukan taakse nojautunutta asentoa, jossa sivusta katsottuna vartalo ja raajat ovat lähes suorakulmaisessa istuma-asennossa. Pystyasennossa on se hyvä puoli että, siitä on helppo vaihdella asentoa. Pystyasennosta voidaan vuorotellen kurotella eteenpäin tai tukeutua taaksepäin selkänojaan. (Ketola 2007, 46.)

Tietokonepöydän olisi hyvä olla vähintään 120 senttimetriä leveä ja sen syvyys on yleensä 80 senttimetriä. Tämän kokoisella pöydällä onnistuu jo vähäisen oheismateriaalin, kuten esimerkiksi parin mapin, käsittely yhtä aikaa tietokonetyön kanssa. Jos työpisteessä on esimerkiksi litteä LCD-näyttö, voi pöydän syvyys olla 60 senttimetriä. Tällöin on kuitenkin huomioitava, että jalkatila on riittävän syvä. Katseluetäisyys määrittää näytön sijoittelua työpöydälle. Näyttöjen pienin katseluetäisyys on 40 senttimetriä mutta yleensä katseluetäisyys on 60–75 senttimetriä. Näytön sijoittelua suunniteltaessa katseluetäisyyttä voi arvioida kertomalla näytön halkaisijan luvulla 1,5. Tietokonepöytien valtavirtaa toimistokäytössä edustavat muotoillut työtasot eli niin sanotut mahakolopöydät. Tällaista muotoiltua työtasoa käytettäessä työntekijä istuu lähellä kolon etureunaa. Näin työtuolin käsinojien tarve vähenee, koska kädet ja kyynärvarret saavat kaiken tuen työtasolta. Parhaiten mahakolopöytä soveltuu töihin, joissa ei edellytetä nopeaa ja esteetöntä liikkumista pöydän äärellä. Parhaiten soveltuva pöytäratkaisu toiminnallisesti muunneltaviin ja erityyppisiin tehtäviin saadaan joko suoralla tai vain

lievästi muotoillulla pöytäpinnalla. Tällaisten tasojen ääressä käyttäjän on helppo liikkua sekä hänen on helppo vaihdella erilaisia tukeutumistapoja. Pöytätaso ja samalla näppäimistö tulos tulisi voida säätää 60–75 senttimetriin korkeussuunnassa. Tällainen laaja säätöalue mahdollistaa työpisteen säätämisen useammalle työntekijälle optimaaliseksi. Näytön yläreunan tulisi olla selvästi katseen vaakatason alapuolella. Työpöydän korkeussäätömekanismit eivät kuitenkaan olla sellaisia, että ne vähentävät pöydän alla olevaa jalkatilaa ja vaikeuttavat käyttäjää muuttamasta jalkojensa asentoa. Pöydän jalkojen ja sen tukirakenteiden tulisi olla sellaisia, etteivät ne aiheuta jalkojen tai polvien kolhimisvaaraa. Pöytälevyn paksuudeksi riittää kolme senttimetriä, jotta pöytälevy on tarpeeksi jäykkä. Tämä takaa samalla sen, ettei pöytälevy turhaan rajoita jalkatilaa. Jalkatilan raja-arvoina voidaan syvyysuunnassa pitää polven korkeudella vähintään 45 senttimetriä ja lattian tasossa 65 senttimetriä. Vapaata jalkatilaa leveysuunnassa tulisi olla vähintään 65 senttimetriä. (Ketola 2007, 52–54.)

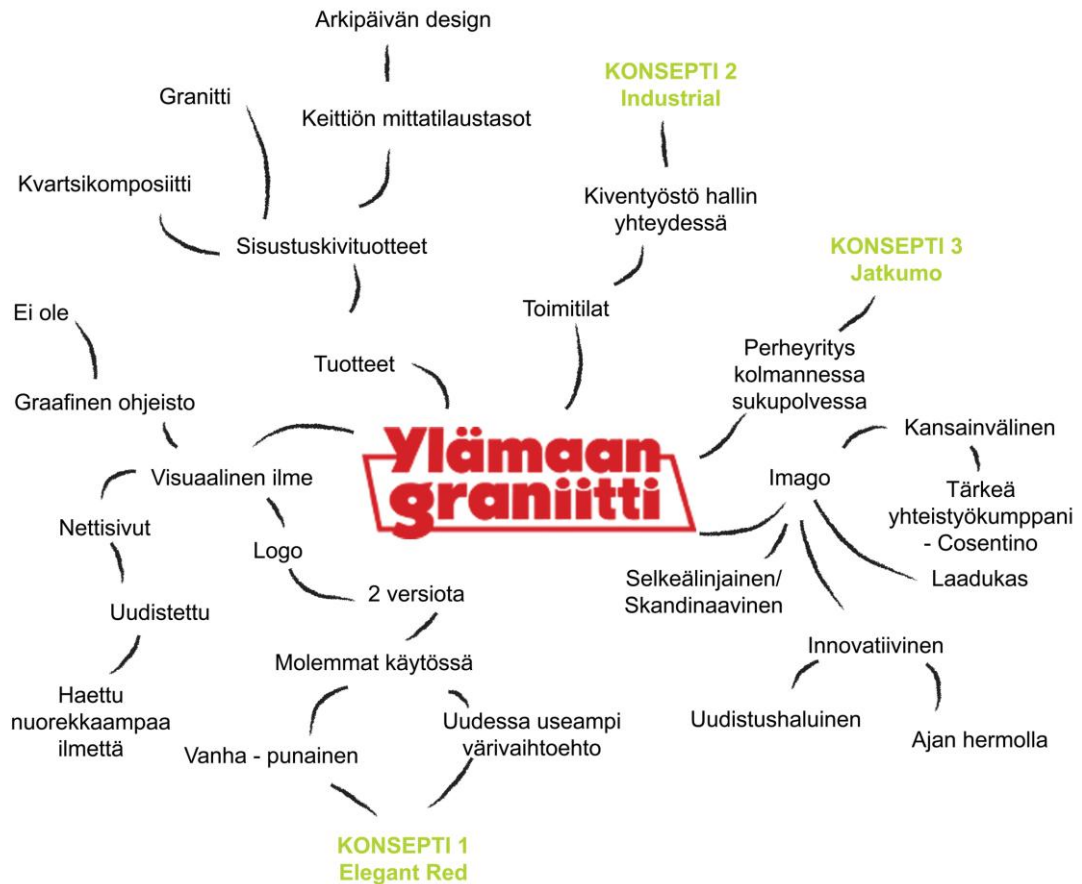
6 SUUNNITTELUPROSESSI

Suunnitteluprosessi käynnistyi vierailulla Ylämaan Graniitti Oy:n toimitiloissa Ylämaalla. Tällöin sain työn tilaajalta, Jukka Tieliseltä, ohjeistuksen siitä, mitä tulevilta tiloilta toivottaisiin. Toiveissa oli tämän hetken henkilökuntaa varten toimivat toimistotilat, joissa olisi huomioitu säilytystilat sekä ergonomia. Tämän lisäksi tilan ulkonäkö tuli suunnitella vastaamaan yrityksen tämän päivän imagoa. Lisäksi toivottiin mahdollista vieraiden viihdytystilaa, jonka yhteydessä olisi toimiva keittiö. Toimeksiannon jälkeen sovimme, että seuraavaa tapaamistamme varten olisin hahmotellut kolme erityyppistä konseptia sekä useamman erilaisen pohjavaihtoehdon, joista voisimme yhdessä valita sopivimmat jatkokehittelyä varten.

6.1 Konseptien lähtökohta

Määrittellessäni työni laajuutta työn alkuvaiheessa, päätin esitellä asiakkaalleni aluksi kolme erilaista sisustustyyliä. Näiden konseptien tarkoituksena oli esitellä yritykselle, minkä tyyllisiä sisustuskonsepteja heillä olisi mahdollista valita tiloihinsa yrityksen imagon vahvistamiseksi. Tämän lisäksi erilaisten konseptien oli tarkoitus esitellä asiakkaalle nykyaikaisia ja nykyisten trendien mukaisia toimistotiloja. Koska yritän vastata opinnäytetyölläni tutkimuskysymykseen: ”Miten yritysten tilojen suunnittelulla pystytään vahvistamaan yrityksen ilmettä ja imagoa?”, lähdin

miettimään kolmea erilaista konseptia kokoamalla käsitekartan (kuva 10) avulla yhteen tärkeitä elementtejä liittyen yritykseen ja sen toimintaan.



Kuva 10. Pohdinta yrityksen erottautumistekijöistä käsitekartan muodossa.

Koska design management pyrkii suurempien kokonaisuuksien hallintaan visuaalisella kentällä, otin käsitekartassa huomioon muun muassa nykyisen graafisen ilmeen nettisivujen ja esitteiden kautta. Tämän lisäksi mietin kuitenkin yritystä, sen sijaintia ja sen ideologiaa laajemminkin, sillä olisihan yksi mahdollisuus uudistaa yrityksen koko visuaalinen ilme, etääntymättä kuitenkaan liikaa yrityksen nykyisestä asiakasprofiilista. Jokaisesta konseptista on tehty erikseen tunnelmakartta ja sen jälkeen vielä koottu toiseen karttaan mahdollisia esimerkkejä toimistotyyleistä, jotta asiakas hahmottasi konseptit helpommin.

6.1.1 Elegant Red

Ensimmäinen konseptista (kuva 11–12) lähti liikkeelle yrityksen logossa olevasta punaisesta väristä ja sen ottamisesta lähtökohdaksi myös sisustuksessa.



Kuva 11. Tunnelmakartta konseptista Elegant Red.



Kuva12. Esimerkkejä siitä miltä tila voisi näyttää konseptin Elegant Red mukaan.

Konsepti on myös lähinnä sitä linjaa, johon yritys tänä päivänä visuaalisessa ilmeessään pyrkii, esimerkiksi nettisivuilla (liite 3). Konsepti henkii kansainvälistä ja eteläeurooppalaista eleganssia ja tyyliä. Punaisen värin lisäksi käytettäisiin paljon

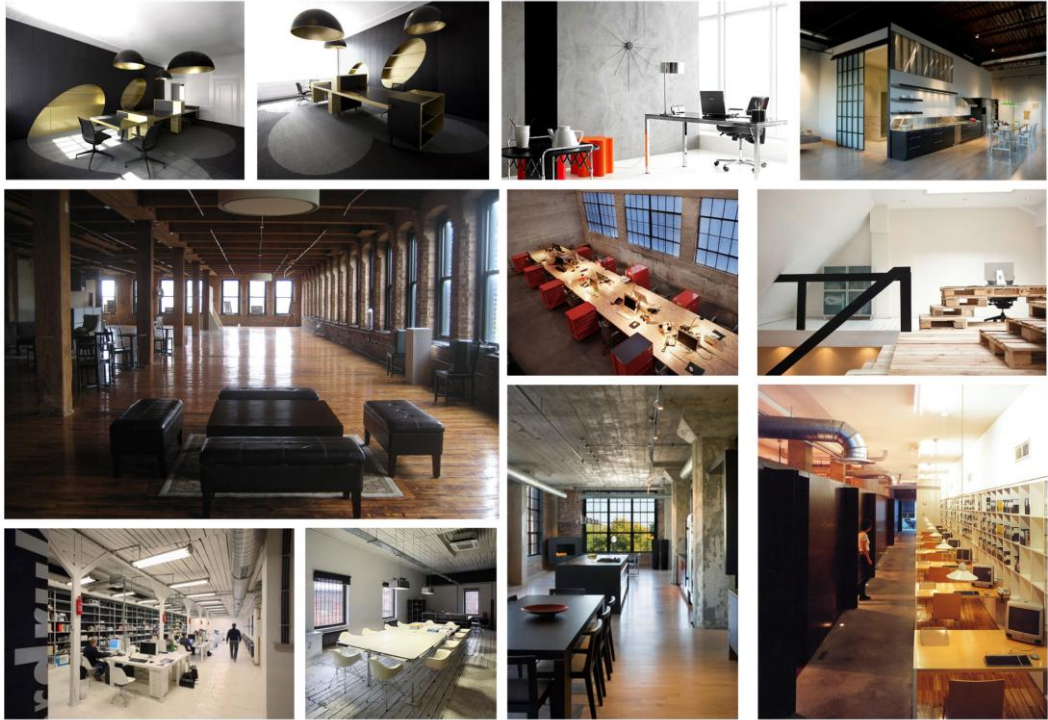
valkoista sekä tehosteena hieman vihreää. Haluamaani eleganttia tunnelmaa tilassa lisääisivät mielestäni myös kiiltävät metalliset yksityiskohdat esimerkiksi keittiössä.

6.1.2 Industrial

Toisessa konseptissa (kuva 13–14) korostetaan tilojen sijaintia yrityksen kivityöstöhallin yhteydessä ja näin ollen syntyvää teollista ilmapiiriä. Ideana on, ettei tehdä tilasta liian siloteltua, vaan annetaan kiven työstön ja kiven näkyä tiloissa selvemmin. Tällainen ”rumasta kaunista”-ajattelu on tällä hetkellä sisustussuunnittelussa pinnalla ja yleisesti ajatellaan, että jos et voi peittää jotain elementtiä, niin korosta sitä.



Kuva 13. Tunnelmakartta konseptista Industrial.

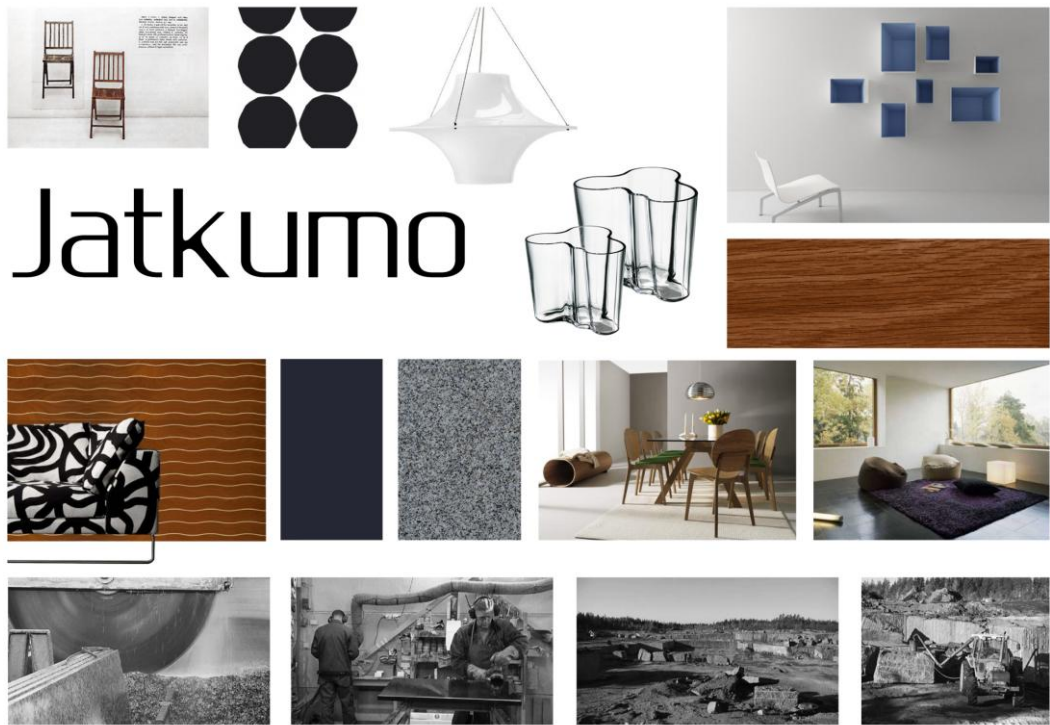


Kuva 14. Esimerkkejä siitä miltä tila voisi näyttää konseptin Industrial mukaan.

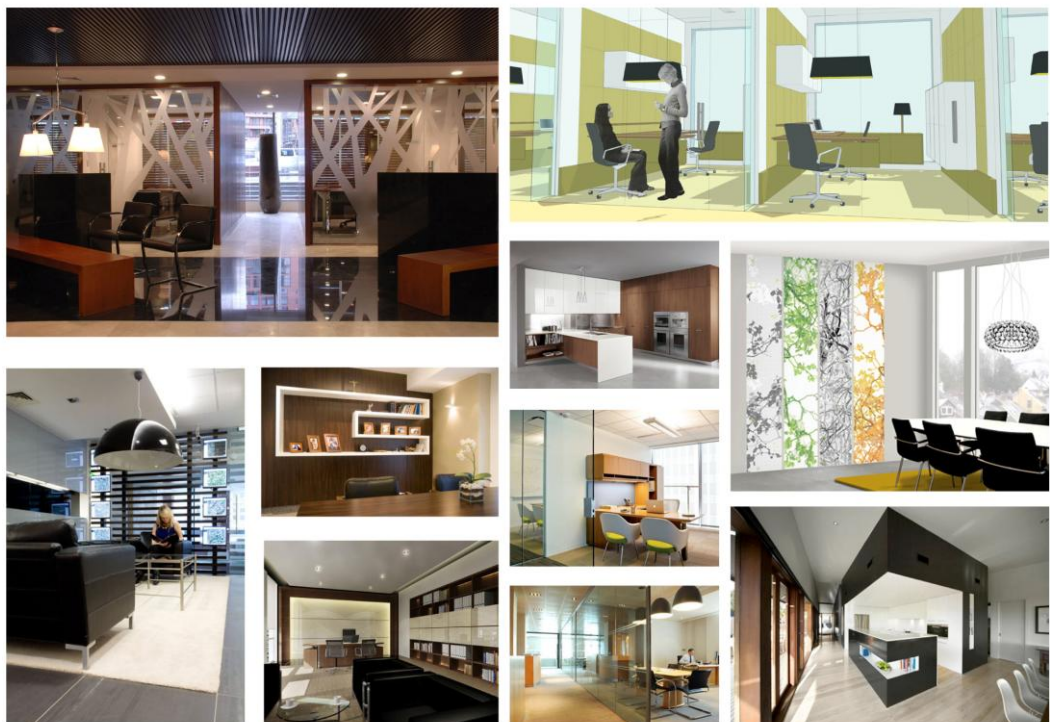
Näin ollen konseptissa muun muassa kaikki putket ja patterit jätettäisiin näkyviin. Lisäksi hallin ja toimistotilojen väliin voisi avata ikkunan, josta asiakkailta ja jälleenmyyjiltä olisi suora näköyhteys, toimistotilojen lomaan tulevasta oleskelutilasta, hallin puolelle. Mahdollista olisi myös tehdä eräänlainen akvaario, joka levittyisi hieman tehtaan puolelle. Tehdastunnelman korostamiseksi voitaisiin vielä vanhojen koneiden osista valmistaa jokin uniikki tuote tilaan.

6.1.3 Jatkumo

Kolmannessa konseptissa (kuva 13–14) lähdetäisiin nostamaan enemmän esille yrityksen juuria ja sitä tosiasiaa, että yritys on perheyritys jo kolmannessa sukupolvessa. Yrityksen taustalta löytyy tarina, joka on lähtenyt liikkeelle jo kivenlouhinnasta 1950-luvun lopulta ja matkan varrella yritys on kasvanut konserniksi, jonka yhtenä yrityksenä Ylämaan Graniitti Oy toimii.



Kuva 15. Tunnelmakartta konseptista Jatkumo.



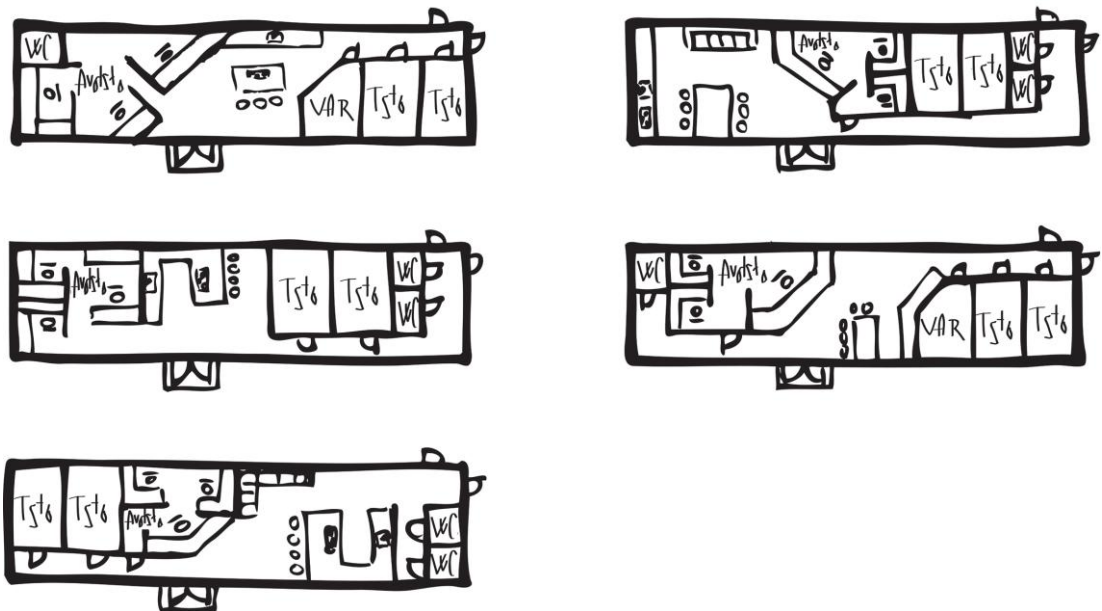
Kuva 16. Esimerkkejä siitä miltä tila voisi näyttää konseptin Jatkumo mukaan.

Perheyriksen korostus voisi muutenkin vaikuttaa positiivisesti myyntiin, sillä ihmiset pitävät tarinoiden ostamisesta. Yrityksen juuria tuotaisiin esille sisustuksessa esimerkiksi vanhoilla valokuvilla ja yrityksen historiaan liittyvillä esineillä, joista

tehtäisiin esillepanoja yrityksen seinille. Samalla ei kuitenkaan unohdettaisi sitä, mitä yritys on tänä päivänä vaan annettaisiin yrityksen nykytilankin näkyä yhdessä historian kanssa.

6.2 Erilaiset pohjaratkaisut

Ensimmäisten pohjien (kuva 17) luonnostelun lähtökohtana olivat omat tilassa paikan päällä tehdyt havainnot sekä työn tilaajan haastattelu. Havaintojen ja haastattelun pohjalta sain tietoa siitä miten työpäivät yleensä työpaikalla kulkevat ja kuka työntekijöistä hoitaa minkäkinlaisia tehtäviä. Työpaikan viidestä työntekijästä kolme työntekijää työskentelee samojen työtehtävien parissa omien vastualueidensa lisäksi. Yhteisten työtehtävien vuoksi tällä hetkellä työntekijät joutuvat siirtymään huoneesta toiseen kysyäksään tarkennuksia toisen jo aloittamaan työhön. Tämä on pienimuotoinen häiriötekijä työskentelyn kannalta, joten päädyin suunnittelemaan näitä kolmea työntekijää varten avotoimiston, jolloin kommunikointi työntekijöiden kesken olisi helpompaa, eikä katkaisisi työntekoa. Kolmen hengen avotoimiston lisäksi pohjissa löytyvät omat huoneensa toimitusjohtajalle sekä työntekijälle, jonka työn luonne vaatii oman työhuoneen.



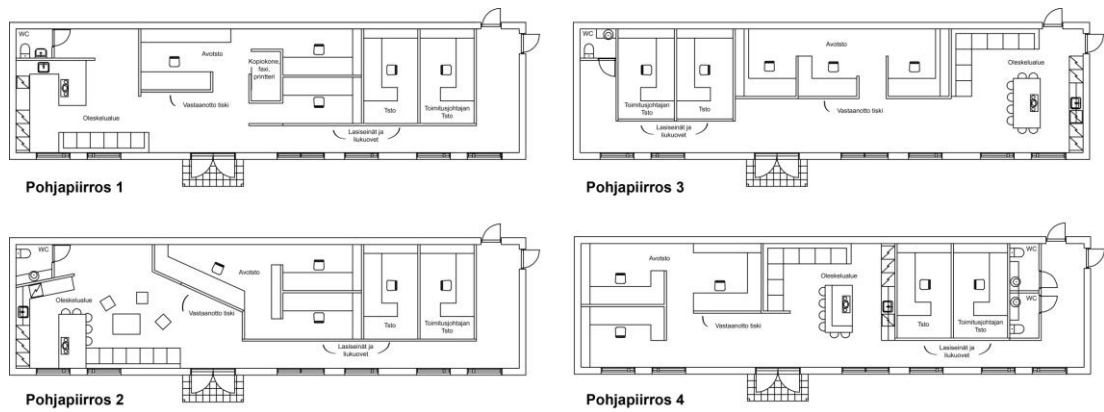
Kuva 17. Ensimmäiset luonnokset toimitilojen uudesta tilajaosta.

Työhuoneiden lisäksi luonnoksissa on mietitty erityyppisiä oleskelu/aulatiloja. Pääasiassa suunnittelin kokonaan tilan tilajaon uusiksi. Tein kuitenkin asiakasta varten muutaman vaihtoehdon, jossa yhdistelin joitakin nykyisen tilan seinärakenteita omiin

uusiin tilajakoihini. Näitä pohjaratkaisuja en kuitenkaan missään vaiheessa asiakkaalle esitellyt sillä hän oli tyytyväinen tekemiini uusiin tilajakoratkaisuihin.

Suunniteltava tila on pitkä ja kapea ja jo ensimmäisistä luonnoksista lähtien halusin rikkoo käytävämaisuuden tilassa. Tämän vuoksi jaottelin tilan luonnoksissa erityyppisesti toimistojen ja oleskelualueen välillä välttääkseni pitkien käytävien muodostumista. Toinen silmiinpistävä seikka nykyisissä tiloissa on se, että nykyiset toimistot ovat tilan ulkoseinää vasten ja melkein kaikki tilan ikkunat ovat rajautuneet toimistoihin. Tämän vuoksi tila on yleisesti melko valoton ja tilassa oleva käytävä jää pimeäksi. Tällaisessa pitkässä ja kapeassa tilassa käytävien muodostumista on melko vaikea välttää, mutta halusin uusista toimitiloista valoisamman kokonaisuuden kuin nykyisistä. Tämän vuoksi sijoitin melkein kaikissa luonnoksissa toimistotilat hallia vastaavalle seinustalle, jolloin uusi käytävä tulisi ikkunoiden puolelle ja luonnonvalo pääsisi laajemmin levittäytymään tilaan. Alustavissa luonnoksissa en vielä miettinyt todellista mitoitusta kovinkaan tarkasti vaan keskityin erilaisten tilajakojen ja mielenkiintoisten seinämuotokielten hahmotteluun.

Piirtäessäni koneella puhtaaksi pohjapiiroksia ja tarkistamalla tilojen mitoituksia suunnitelmani tarkentuivat ja osa alkuperäisistä luonnoksista jäi pois niiden mitoituksellisen mahdottomuuden vuoksi. Toimistoja suunniteltaessa avotoimistoihin yhden henkilön työpistettä varten tulisi varata tilaa 6–8m² ja normaaleja yhden hengen työhuoneita varten tilaa tulisi varata 10–13m² ja kaikissa luonnoksissani nämä rajaehdot eivät täytyneet. (Toimistotilat, yleissuunnittelu- ja mitoitus, 2000, 2.) Yritin tuoda jokaiseen mitoitettuun pohjapiirustukseen jonkin erityyppisen yksityiskohdan, jonka avulla saisin keskustelua aikaiseksi asiakkaan sekä tiloissa työskentelevien henkilöiden kanssa alustavia suunnitelmia (kuva 18) esitellessäni.



Kuva 18. Asiakkaalle esiteltyt pohjavaihtoehdot.

Lopullista pohjaa miettiessäni oli täysin mahdollista yhdistellä ideoita eri pohjavaihtoehdoista. Esimerkiksi pohjapiirroksen 1 varasin kopiokoneelle, faxille ja tulostimelle oman pienen tilansa, josta kaikkien olisi sitä helppo käyttää.

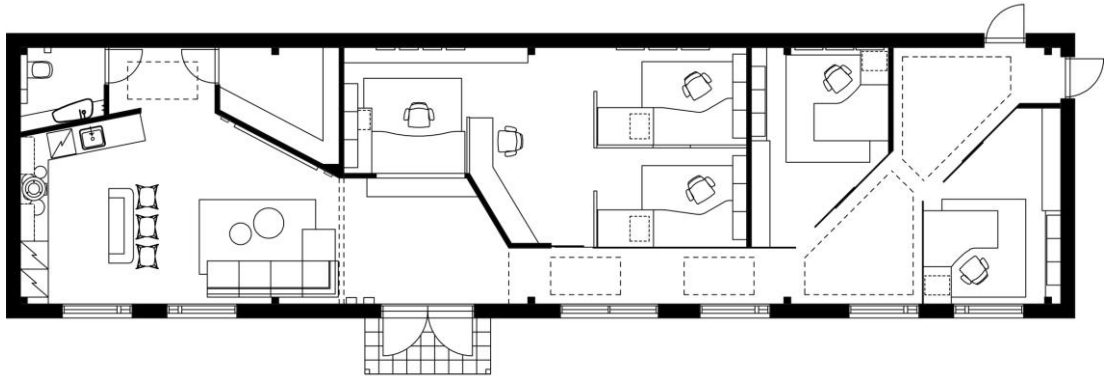
7 LOPULLINEN SUUNNITELMA

Lopullisen suunnitelman suunnittelu käynnistyi esiteltyäni asiakkaalle ja hänen henkilökunnalleen alustavat tunnelmakonseptit ja pohjaratkaisut. Asiakas ja hänen henkilökuntansa valitsivat toisistaan tietämättä saman tunnelmakonseptin ja pohjaratkaisun jatkokehittelyä varten. Konsepteista valittiin ensimmäinen konsepti, Elegant Red, johon päätettiin yhdistää kolmannen konseptin, Jatkumo, ideaa korostaa yrityksen historiaa julistegrafiikalla. Pohjaratkaisuihini valittiin pohjapiirros numero 2 (kuva 18), jota aloin jatkokehittää saamani palautteen pohjalta. Asiakkaan ainut muutostoive pohjaratkaisuun koski aulatilaan suunniteltua saareketta. Alustavissa suunnitelmissa olin suunnitellut keittiöiden saarekkeet suuriksi, jotta niiden ympärille mahtuisi monta henkeä. Olin kuitenkin ylimitoittanut saarekkeen sillä asiakkaan mielestä aulatilaan riittäisi paikkavaraus viidelle hengelle. Näin ollen asiakkaan mielestä pienempi saareke, jossa muutama vieras voisi nauttia kupillisen kahvia, riittäisi tilaan. Henkilökunnalta sain pohjaratkaisua varten enemmän käytäntöön liittyviä toiveita. Henkilökunnan toiveena oli lisätä lopulliseen pohjaratkaisuun muun muassa lisää säilytystilaa tuotekansioille, mallipaloille, arkistopapereille ja mapeille sekä saada oma paikkansa faxille, kopiokoneelle sekä tulostimelle, jotta ne eivät melullaan häiritsisi työntekijöitä, mutta olisivat silti helposti kaikkien käytettävissä. Toiveissa oli myös tila johon mahdollinen työharjoittelija voitaisiin kannettavan

tietokoneen kanssa sijoittaa aina tarvittaessa sekä avotoimistoon yksi hieman syrjäisempi työpiste, jossa rauhaa vaativat työt voitaisiin tarvittaessa tehdä.

7.1 Lopullinen pohjaratkaisu

Lopullinen pohjaratkaisu muotoutui valitun pohjan ja saamieni parannusehdotusten pohjalta. Asiakas ei ollut täysin varma tiskiseinän ja muuallakin pohjassa esiintyvistä vinoista seinäratkaisuista, mutta jatkokehittellessäni valittua pohjaa kohti sen lopullista muotoa (kuva 19), totesin vinojen seinämuotojen toimivan pohjaratkaisussa parhaiten.

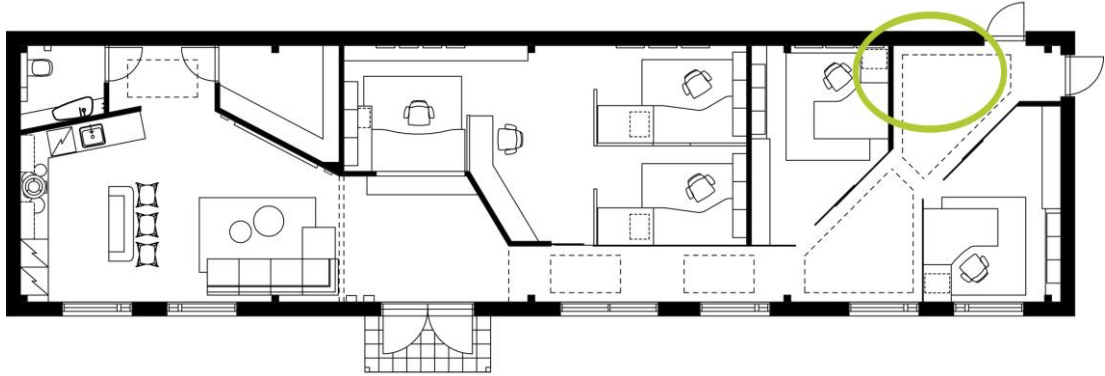


Kuva 19. Lopullinen pohjaratkaisu.

Esimerkiksi tiskiseinän vino muotokieli, suoraan seinään verrattuna, avartaa sisääntuloa, eikä ihmisestä tunnu tilaan astuttaessa siltä kuin hän astuisi suoraan seinään. Vino muotokieli jatkuu myös pohjaan sijoittamassani varastossa, joka oli henkilökunnan toiveissa. Valitussa pohjaratkaisussa oli vielä aulatilalla hukkatilaa, joten päätin sijoittaa varaston sen yhteyteen. Näin aulatila tuli intiimimmän oloiseksi hiukan pienetessään sekä turha hukkatila poistui. Vino seinämuoto varaston seinässä tekee pohjasta yhtenäisemmän sekä on käytännöllinen sillä tällöin aulatilassa olevien on helpompi katsella seinälle sijoitetulle valkokankaalle heijastettavia koulutus- ja muita materiaaleja.

Alustavassa pohjaratkaisussa kaikki toimistohuoneet olivat tehdasta vastaavalla seinällä, mutta suunnittelun viime metreillä siirsin toimitusjohtajan huoneen ulkoseinää vastaavalle seinustalle (liite 4/1, 4/2 ja 4/3). Tällä muutoksella sain katkaistua tilan käytävämaisuutta entisestään, sekä sain jatkettua pohjaratkaisun vasemmassa päädyssä olevaa vinoa muotokieltä myös tilan oikeaan pätyyn. Lisäksi

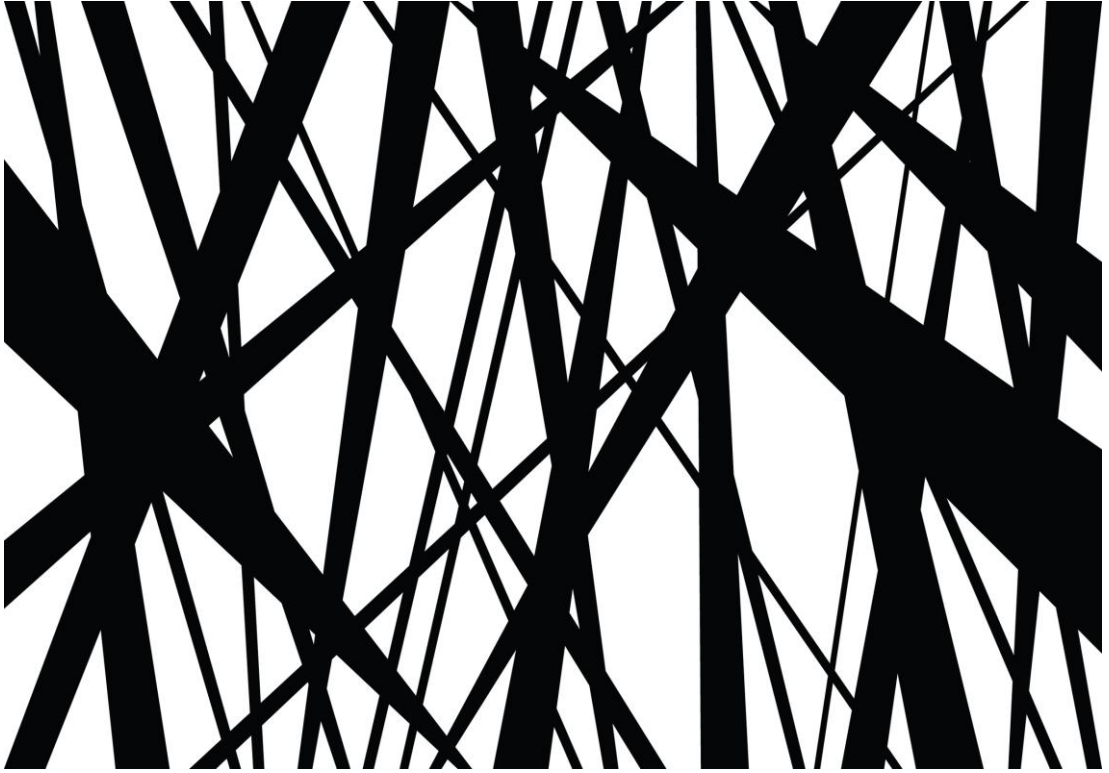
muutos oli tilankäytön kannalta parempi ratkaisu kuin se, että kaikki toimistot olisivat samalla sivustalla sillä muutoksen ansioista sain erillisistä toimistohuoneista aikaisempaa suuremmat ja toimivammat. Muutoksen ansioita sain myös tehtäseen johtavan oven läheisyyteen tilan, johon voitaisiin ripustaa esille yrityksen historiaan ja tähän päivään liittyvää yritysgrafiikkaa (kuva 20).



Kuva 20. Esittelyseinän sijainti ympyröitynä.

Tällöin julisteet on luontevasti sijoitettu katseltavaksi ennen tehdaskierrosta.

Koska halusin toimistoista mahdollisimman valoisat ja koko tilasta mahdollisimman avaran oloisen, toimistohuoneita rajaavat lasiset seinäpinnat, sekä -liukuovet. Jotta kuitenkin toimistotyöntekijöiden yksityisyys säilyisi, lasiseiniin tarvitsi mielestäni miettiä jokin suojaava elementti. En halunnut tuoda tilaan verhoja tai sälekaihtimia, joten päädyin suunnittelemaan hiekkapuhalluskuvioinnin lasin pintaan. Lasin hiekkapuhallus toisi työntekijöille yksityisyyttä, mutta ei heittäisi työntekoa häiritseviä varjoja työpisteen ylle, kuten esimerkiksi teippaukset tekisivät. Halusin hiekkapuhalluksessa jatkaa muun tilan modernia ja suoralinjaista ilmettä ja päädyin lopulta luonnoksissani melko geometriseen kuviointiin (kuva 21).



Kuva 21. Lasiin seiniin tuleva hiekkapuhalluskuviointi.

Hiekkapuhallusten tuoman yksityisyyden lisäksi työntekijöiden ei myöskään tarvitsisi pitää työpisteitä aina täysin siisteinä vieraiden varalta.

7.2 Materiaalit, värimaailma ja yleinen tunnelma

Tilan materiaaleina (liite 4/4, 4/5 ja 4/6) on pyritty hyödyntämään mahdollisimman paljon yrityksen omia tuotteita. Kaikissa tiloissa lattiamateriaalina on hyödynnetty graniitista tehtyä laattaa. Saniteettitilassa laatan materiaalina on Musta Kivi, kun taas muissa tiloissa laatan materiaalina toimii Kurun Harmaa graniitti. Koska tehtaan puolelta kulkee päivittäin tiloissa työmiehiä työkenkineen, on lattiamateriaalit käytännön vuoksi valittu mattapintaisina. Näin vältetään siltä, että kuljetuimmat reitit tulisivat näkyviin lattiassa. Graniittia tilassa esiintyy lattiamateriaalien lisäksi myös saniteettitilassa vesisäiliön koteloinnissa, vastaanottotiskissä sekä tiskin yhteyteen suunnitellussa kuvioinnissa. Kvartsia tilassa on hyödynnetty muun muassa keittiön tasoissa sekä toimistohuoneiden säilytyskalusteiden tasomateriaalina. Näitä kovia materiaaleja pehmentämään tilaan on lisätty tekstiilejä taulujen ja mattojen muodossa.

Koska tilasta haluttiin elegantti, nuorekas ja moderni (liite 4/15, 4/16, 4/17, 4/18 ja 4/19) on tila yleisväritykseltään vaalea. Seinät ovat pääväritykseltään valkoiset

lukuun ottamatta toimistojen vaaleanharmaita seiniä ja lattiamateriaaliksi on valittu vaalean harmaa graniitti. Tilan vaalean värityksen vuoksi aulatilán sekä käytävän kattomateriaaliksi on valittu musta akustiikkalevy, joka tuo vaaleaan tilaan kontrastia. Toimistohuoneiden kattomateriaalina sen sijaan on valkoinen akustiikkalevy. Tiloja piristävänä värinä on käytetty paljon yrityksen logossa esiintyvää punaista väriä. Punainen väri esiintyy niin isommilla pinnoilla, kuin pienemmissä yksityiskohdissakin (liite 4/12). Punaisen värin tehosteena tilaan on lisätty myös hieman limen vihreää. Tilassa paljon käytetyn perinteisen ja raskaan materiaalin, graniitin, kanssa on yhdistelty nuorekkaita, ilmavia ja selkeälinjaisia kalusteita eri valmistajilta (liite 4/7, 4/8, 4/9, 4/10 ja 4/11), jotta haluttu tunnelma tilassa säilyisi. Lisäksi nuorekkuutta tilaan on haettu eräästä Silestone-kampaniasta teetetyllä tehostetapetilla.

7.3 Vastaanottotiski

Suunnittelin tilaan vastaanottotiskin sisääntulon läheisyyteen jotta se olisi ensimmäisiä asioita, joita ihminen havaitsee astuessaan tilaan. Tiskin materiaalina asiakas toivoi käytettävän graniittia, jolloin valitsin tasomateriaaliksi Spektroliitti nimisen kivimateriaalin, jota louhitaan Ylämaan kunnassa. Halusin sijoittaa tiskin yhteyteen yrityksen logon, jotta tilaan saapuvat asiakkaat tietäisivät heti tilaan astuessaan mihin yritykseen ovat saapuneet. Logo päättyi tiskityöntekijän työpisteen takana olevalle seinälle. Tiskin yhteyteen on varattu myös paikka yrityksen kunniamaininnoille ja tärkeille diplomeille.

Tiskin sijainnin ja siitä seuraavan suuren huomioarvon vuoksi, päätin suunnitella tiskin yhteyteen seinälle kuvioinnin, jossa käyttäisin hyväksi graniittia. Alustavissa suunnitelmissa ja luonnoksissani minun oli tarkoitus hyödyntää graniitin lisäksi seinässä myös raakakiveä, mutta muutaman luonnoksen jälkeen huomasin raakakiven antavan vääränlaisen vaikutelman. Sisääntulosta tuli näin liian raskas ja tunkkainen, eikä se vastannut tavoiteltua tunnelmaa. Tämän vuoksi päätin hylätä raakakiven käytön. Lopullista kuviota suunnitellessani päädyin hyödyntämään tilaan jo suunnittelemaani hiekkapuhallusta tiskiseinän kuvioinnissa. En kuitenkaan halunnut hyödyntää kuviota sellaisenaan vaan hyödynsin kuvioinnin negatiivia hieman varioituna (kuva 22).



Kuva 22. Mallinnuskuva tiskiseinän kuvioinnista.

Päätin ettei kuvio täyttäisi koko seinää, vaan se kulkisi viistosti vasemmalta oikealle. Päädyin tähän siksi, että tällöin kuvio johdattaa ihmisten katseet eteenpäin tilassa. Materiaaleina kuviossa käytin kolmen kivimateriaalin lisäksi punaista kvartssia.

7.4 Aulatila

Aulatila on tiskin lisäksi ensimmäinen asia jonka ihminen havaitsee astuessaan tilaan. Tämän vuoksi aulatilasta piti mielestäni suunnitella näyttävä. Koska tilaan tuli myös keittiö, halusin esitellä siellä mahdollisimman monia yrityksen tuotteita niiden oikeassa ympäristössään. Asiakkaan toiveissa oli, että keittiössä (kuva 23) hyödynnettäisiin kvartssia.



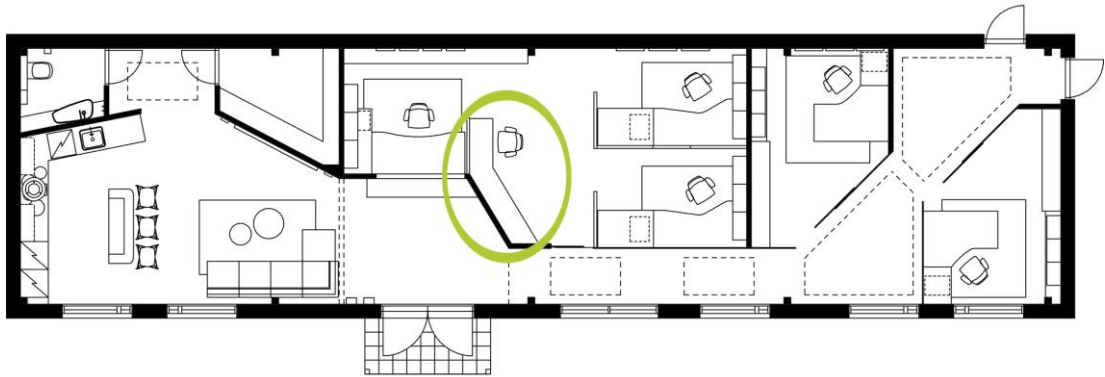
Kuva 23. Mallinnuskuva keittiöstä.

Päädyin käyttämään keittiössä kolmea eripaksuista tasoa, koska halusin esitellä Silestonesta saatavia eri tasovahvuuksia. Silestonesta saatavat tasovahvuudet vaihtelevat 12 millimetristä 100 millimetriin ja työssäni olen hyödyntänyt 12millimetristä, 30 millimetristä ja 100millimetristä tasopaksuutta. Näiden lisäksi halusin esitellä erilaisia tasoihin tehtäviä työstöjä, joten keittiössä on esillä integroitava Silestone allas sekä liesitason levyt on huullettu tasoon. Keittiönkaluste ja kodinkonevalinnat (liite 4/7) on tehty niiden laadun mukaan. Lisäksi kaikkien valittujen tuotteiden valmistajat toimivat yhteistyössä Ylämaan Graniitti Oy:n kanssa.

Koska tilan on tarkoitus toimia kokous- ja viihdytystilan lisäksi myös henkilökunnan taukotilana, tilasta löytyy kalusteisiin sijoitettava kahviautomaatti sekä yhdistelmäuuni, jolla voidaan valmistaa vieraille ruokaa ja jota henkilökunta voi hyödyntää eväidensä lämmittämiseen. Kokous- ja koulutustilaisuuksia varten tilasta löytyy valkokangas, jolle tarvittavat esitysmateriaalit voidaan heijastaa. Tilassa on myös huomioitu esitteiden saatavuus, jotka löytyvät valkokankaan molemmilta puolilta. Koulutus- ja kokous tilanteita varten aulatilaa voidaan tarvittaessa sulkea muusta tilasta lasisella liukuovella.

7.5 Toimistot

Uusista toimistohuoneista on haluttu saada kodikkaammat kuin mitä nykyiset toimistohuoneet ovat. Toimistohuoneiden kodikkuuteen on kiinnitetty huomiota lisäämällä tekstiilejä tilaan, matot ja kangastaulut, jotka toimivat samalla akustisina elementteinä. Työssäni minun tuli kiinnittää erityistä huomiota akustiikan pohdintaan sillä tiloissa on yleisesti hyvin paljon kovia, ääntä heijastavia materiaaleja kuten graniittilattia sekä lasia. Tämän vuoksi esimerkiksi lasiset seinät ja liukuovet ovat kaksinkertaista lasia, jotta ne eivät pääsäisi melua kuitenkaan niin paljon lävitseen. Tuplalasituksen ja tekstiileiden lisäksi akustiikkaan on kiinnitetty huomiota valitsemalla akustinen kattomateriaali kaikkiin toimistoihin. Erityisesti avotoimistojen akustiikkaan tulisi aina kiinnittää erityistä huomiota, joten akustisen kattomateriaalin lisäksi avotoimistoista löytyy työtiloja rajaavat akustiset sermit, sekä erälle seinälle on sijoitettu muutama akustiikkapaneeli. Akustisten sermien tulee olla vähintään 1600millimetriä korkeat, jotta ne todella eristäisivät melua, joten olen valinnut sermien korkeudeksi 1806millimetriä (Ketola 2007, 37). Työntekijöitä häiritsevän melun minimoimiseksi en ole sijoittanut tulostinta, faxia ja scanneria yhdenkään työntekijän työpisteeseen vaan ne löytyvät avotoimiston sisääntulon yhteydestä (kuva 24).



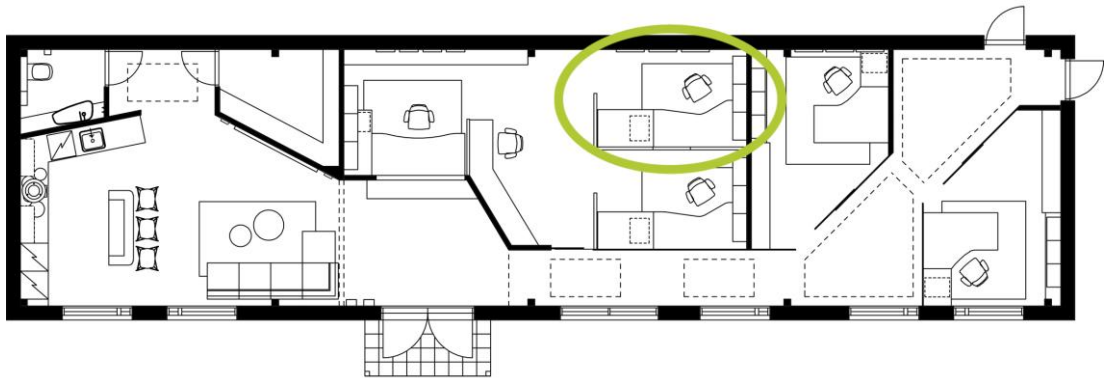
Kuva 24. Tulostimen, faxin ja skannerin sijainti ympyröitynä.

Tällöin jokaisen toimistotiloissa työskentelevän henkilön on helppo käyttää laitteita, mutta kukaan avotoimistossa työskentelevä ei melusta häiriinny. Tulostimen, faxin ja scannerin viereen on myös varattu tilavaraus mahdollista työharjoittelijaa varten.

Tekstiileiden lisäksi kodikkuutta olen halunnut lisätä valitsemalla työhuoneen säilytyskalusteiksi kodinomaisia kalusteita toimistokalusteiden sijaan. Toimistoihin

olen suunnitellut käytettäväksi Novart Oy:n kalustemoduuleja, joita on käytetty myös aulatilan keittiössä. Novart Oy valmistaa pääsääntöisesti keittiökalusteita, mutta nämä samat kaappimoduulit toimivat hyvin mitoitukseltaan myös toimistokalusteina. Jokaiseen työpisteeseen on sijoitettu säilytystila omien projektien mapeille ja avotoimistossa pitkältä seinustalta löytyy yleistä säilytystilaa muun muassa esitekansioille ja mallipaloille. Näiden säilytyskalusteiden lisäksi yksittäisiin toimistoihin olen sijoittanut arkistoitavia papereita varten Novart Oy:n liukuovikaapistot, jotka ylettyvät lattiasta kattoon.

Työhyvinvointiin työpisteissä on kiinnitetty huomiota muun muassa värityksessä, työtuoleissa sekä työpöydissä. Työpisteet ovat väritykseltään erittäin neutraalit, jotta ne eivät vääristäisi näytön värejä tai rasittaisi työntekijöiden silmiä. (Rihlama 2000, 87.) Jotta työpisteet olisivat ergonomiset ja niissä olisi hyvä työskennellä, olen valinnut korkeussäädettävät työpöydät ja työtuolit. Työpöydät ovat korkeussäädettävyyden lisäksi malliltaan mahakolopöytiä, jotka antavat tietokonetyöskentelyssä käsille parhaan mahdollisen tuen (Ketola 2007, 53). Korkeussäädettävät tuolit ja pöydät mahdollistavat myös sen, että henkilökunta voi tarvittaessa vaihtaa työpisteitä hetkellisesti keskenään. Jos joku esimerkiksi tarvitsee enemmän rauhaa työskentelyynsä, on yksi työpisteistä (kuva 25) muita hieman yksityisempi sijaintinsa vuoksi.



Kuva 25. Yksityisemmän työpisteen sijainti ympyröitynä.

Mahdollisen työpisteiden vaihtelun vuoksi jokaisessa työpisteessä on pyörillä liikuteltava laatikosto, joka on helppo ottaa mukaan työpistettä väliaikaisesti vaihdettaessa.

7.6 Valaistus

Toimistojen valaistuksessa on yleisesti käytetty loisteputkitekniikkaa, joka toimii 50 Hertzin taajuudella. Sen lisäksi, että tällainen valaistus kuluttaa paljon energiaa, se voi aiheuttaa työskentelijöille päänsärkyä ja silmien rasittumista. (Energiaa säästävä valaistus ei ole vielä löytänyt toimistoihin, 2011.) Tämän vuoksi valaistusta suunnitellessani olen halunnut välttää tällaista loisteputkitekniikka ja olen sen sijaan pyrkinyt, niin toimistohuoneiden, kun muunkin tilan valaistuksessa (liite 4/13 ja 4/14) hyödyntämään mahdollisimman paljon energiatehokkaita ratkaisuja. Sisääntulon ja käytävien valaistus on hoidettu upotettavilla ledeillä, joista osa on suunnattavia. Suunnattavat ledit on sijoitettu sisääntulon yhteyteen eteen sekä käytävän toisessa päässä esittelyseinän edustalle. Ledit on upotettu katossa oleviin kiiltävän valkoisiin levyihin, jotka kiiltävyydellään avartavat niin sisääntuloa kuin käytävääkin. Aulatilän yleisvalaistuksessa on käytetty Philipsin Savio TCS770 valaisimia, joissa on täydellinen häikäisyntuojaus, jonka ansiosta ne soveltuvat hyvin yleisvalaistukseen (Philips – TCS770 6x14W/827/865 HFD AC-MLO CVC, 2011). Yleisvalaistuksen lisäksi tilassa on käytetty tunnelmaa luovina valaisimina Lamp Gustafin SLIM valaisimia.

Toimistotiloissa olisi yleisesti hyvä käyttää valaisimia jotka antavat niin suoraa kuin epäsuoraakin valoa. Tällaisen valaistuksen edellytyksenä on kuitenkin se että toimistotilojen huonekorkeus on riittävän suuri. (Valaistussuunnittelu | Innojok Oy – Toimisto- ja työtilojen valaistus, 2011.) Omassa tapauksessani työhuoneiden huonekorkeus ei ole kovin suuri, joten riippuvat valaisimet jotka antaisivat suoraa ja epäsuoraa valoa eivät tulleet kysymykseen. Tämän vuoksi valitsin työhuoneiden yleisvalaistukseen Philipsin Savio-sarjan valaisimen TCS760, joka soveltuu hyvin toimistojen valaisimeksi sen tasaisen valon sekä häikäisyntuojan ansiosta (Philips – TCS760 2x28W/830 HFP AC-MLO, 2011). Yleisvalaistuksen lisäksi työpisteillä on kohdevalo, jota työskentelijä voi tarvittaessa hyödyntää.

8 YHTEENVETO

Työni tavoitteena oli luoda esteettinen ja toimiva toimitilojen sisustussuunnitelma Ylämaan Graniitti Oy:lle. Tilasuunnitelman sekä tekemäni tutkimuksen avulla halusin vastata asettamaani tutkimuskysymykseen sekä sen alakysymykseen, joiden tarkoituksena oli saada yrityksen toimitiloista imagoa tukevat. Vastauksen

tutkimuskysymykseeni löysin tutkittuani lähdeaineistoa liittyen imagoa tukevaan tilasuunnitteluun. Tähän liittyen löysin kolme, mielestäni tärkeintä, suunnittelussa huomioitavaa kiinnekohtaa, jotta yrityksen tilat ilmeeltään tukisivat yrityksen imagoa. Ensimmäinen tärkeä suunnittelussa huomioon otettava asia on, että tilat tukevat yrityksen muuta visuaalista ilmettä ulkomuodollaan. Tämä voi näkyä tilasuunnittelussa esimerkiksi niin, että yrityksen tunnusomaiset värit tai logon muotokieli on otettu lähtökohdaksi tiloja suunniteltaessa. Visuaalisen ilmeen yhtenäisyyden lisäksi olisi tärkeää, että tilat tukisivat yrityksen arvoja esimerkiksi kaluste- tai valaistus valinnoillaan. Jos esimerkiksi yritys itse valmistaa ja myy laadukkaita design tuotteita, eivät sen tiloissa olevat kalusteet voi olla halpatuotantoa. Kalusteiden tulisi tällöin olla myös laadukkaita ja hyvin suunniteltuja, jotta yritys ei omissa tiloissaan kumoaisi omia arvojaan. Kolmantena huomionarvoisana asiana nostaisin esille tilassa yrityksen myymän tuotteen tai palvelun, jonka pitäisi imagoa tukeakseen olla esillä mahdollisimman positiivisesti ja edustavasti. Kun tilat suunnitellaan tällä tavoin vastaamaan yrityskuvaa ja imagoa, vahvistuvat asiakkaiden mielikuvat yrityksestä ja sen tuotteista, mikä taas voi vaikuttaa positiivisesti yrityksen myyntiin.

Haasteellisinta työssäni oli suunniteltavan tilan kapea ja pitkä muoto sekä matala huonekorkeus. Aluksi oli tarkoitus purkaa tilassa oleva välikatto, jotta huonekorkeutta saataisiin nykyistä korkeammaksi, mutta se ei osoittautunut kustannustehokkaaksi ratkaisuksi. Rakennuksen leikkauskuvista selvisi (liite 1/2), että katon eristys sijaitsee heti välikaton jälkeen ja se jouduttaisiin uusimaan jos huonekorkeutta haluttaisiin korottaa. Oman haasteensa toimitilojen suunnittelussa antoi myös perinteisen ja kovan graniitin sovittaminen yhteen tilaan halutun modernin ja elegantin ilmeen kanssa.

Mielestäni olisin työssäni voinut olla ajankäytöllisesti tarkempi sillä en harmikseni ehtinyt kiinnittää huomiota tilaan suunnittelemaani esittelyseinustaan. Olisin tahtonut miettiä ja suunnitella sinne tulevaa yritysgrafiikkaa sekä sen yhdistämistä yrityksen materiaalien kanssa. Tämän lisäksi olisin voinut olla hieman aktiivisempi ja tavata asiakkaan vielä kerran alustavien suunnitelmien ja lopullisen suunnitelman välillä. Tällöin olisin vielä saanut asiakkaan näkökulman siitä, olenko edelleen menossa oikeaan suuntaan suunnittelutyössäni. Kuitenkin olen erittäin tyytyväinen työssäni siihen, että tutkimustyöni sekä lopullinen tuotokseni tukevat toisiaan ja mielestäni suunnitelmani on yrityksen imagon näköinen. Yritys voisi tulevaisuudessa laajentaa

tilojensa suunnittelua, design managementin hengessä, myös toimitilojen julkisivuun sekä piha-alueelle. Pihalle voitaisiin esimerkiksi suunnitella elementtejä niin valmiiksi työstetystä kivimateriaalista kuin raakakivistäkin, jotta asiakkaat saisivat paremman käsityksen siitä mistä kiven työstö käytännössä lähtee liikkeelle.

LÄHTEET

Andelmin, Marja-Leena; Casagrande, Ulla. 1994. Design management : yrityskuvasta kilpailuvaltti. Helsinki: Otava.

Anttila, Pirkko. 1996. Tutkimisen taito ja tiedonhankinta: taito-, taide- ja muotoilualojen tutkimuksen työvälineet. Helsinki: Akatiimi.

Energiaa säästävä valaistus ei ole vielä löytänyt toimistoihin. Sähköteknisen kaupan liitto. <http://www.stkliitto.fi/viestinta/artikkelit/138-energiaa-saaestaevae-valaistus-ei-ole-vielae-loeytaenyt-toimistoihin.html> [viitattu 15.04.2011]

Etusivu – Jyväskylän yliopisto. Jyväskylän yliopisto.

<https://www.jyu.fi/edu/laitokset/eri/opiskelu/opiskelu-info/prosem/laadullinen> [viitattu 04.01.2011]

Hongisto, Valtteri. 2008. Rakennusten akustinen suunnittelu: toimistot. Helsinki: Suomen Rakennusinsinöörien Liito RIL ry.

Hämäläinen, Tomi. 2004. Design management: yrityskuvan johtaminen. Kotka: Kymenlaakson ammattikorkeakoulu.

Jaskari, Pasi. 2004. Design management: yrityskuvan johtaminen. Kotka: Kymenlaakson ammattikorkeakoulu.

Ketola, Ritva. 2007. Toimiva toimisto. Helsinki: Työterveyslaitos.

Nieminen, Tuula. 2004. Visuaalinen markkinointi. Helsinki: WSOY.

Philips – TCS770 6x14W/827/865 HFD AC-MLO CVC. Philips.

http://www.ecat.lighting.philips.com/l/catalog/catalog.jsp?userLanguage=fi&userCountry=fi&catalogType=LP_PROF_ATG&dyncharset=UTF-8&categoryid=LP_CF_TCS760_EU_FA_FI_LP_PROF_ATG&productid=910501278603_EU_FI_LP_PROF_ATG&title=TCS770%206x14W/827/865%20HFD%20AC-MLO%20CVC&ctn=910501278603_EU [viitattu 15.04.2011]

Philips – TCS760 2x28W/830 HFP AC-MLO. Philips.

http://www.ecat.lighting.philips.com/l/catalog/catalog.jsp?userLanguage=fi&userCountry=fi&catalogType=LP_PROF_ATG&dyncharset=UTF-8&categoryid=LP_CF_TCS760_EU_FA_FI_LP_PROF_ATG&productid=910501247903_EU_FI_LP_PROF_ATG&title=TCS760%202x28W/830%20HFP%20AC-MLO&ctn=910501247903_EU [viitattu 15.04.2011]

Pohjola, Juha. 2003. Ilme : visuaalisen identiteetin johtaminen. Helsinki: Inforviestintä Oy.

Rihlana, Seppo. 2000. Valaistus ja värit sisustussuunnittelussa. Helsinki: Rakennustieto.

Rihlana, Seppo. 1998. Väri sisustuksessa. Vantaa: Seppo Rihlana.

Soini, Timo. 2004. Design management: yrityskuvan johtaminen. Kotka: Kymenlaakson ammattikorkeakoulu.

Toimistotilat, yleissuunnittelu- ja mitoitus, 2000. RT 95-10716. Ohjetiedosto.

Toimistotilat, yleissuunnittelu- ja mitoitus, 2000. RT 95-10717. Ohjetiedosto.

Valaistussuunnittelu | Innojok Oy – Toimisto- ja työtilojen valaistus. Innojok Oy.
<http://www.innojok.fi/valaistuss/index2.php?sivu=43> [viitattu 15.04.2011]

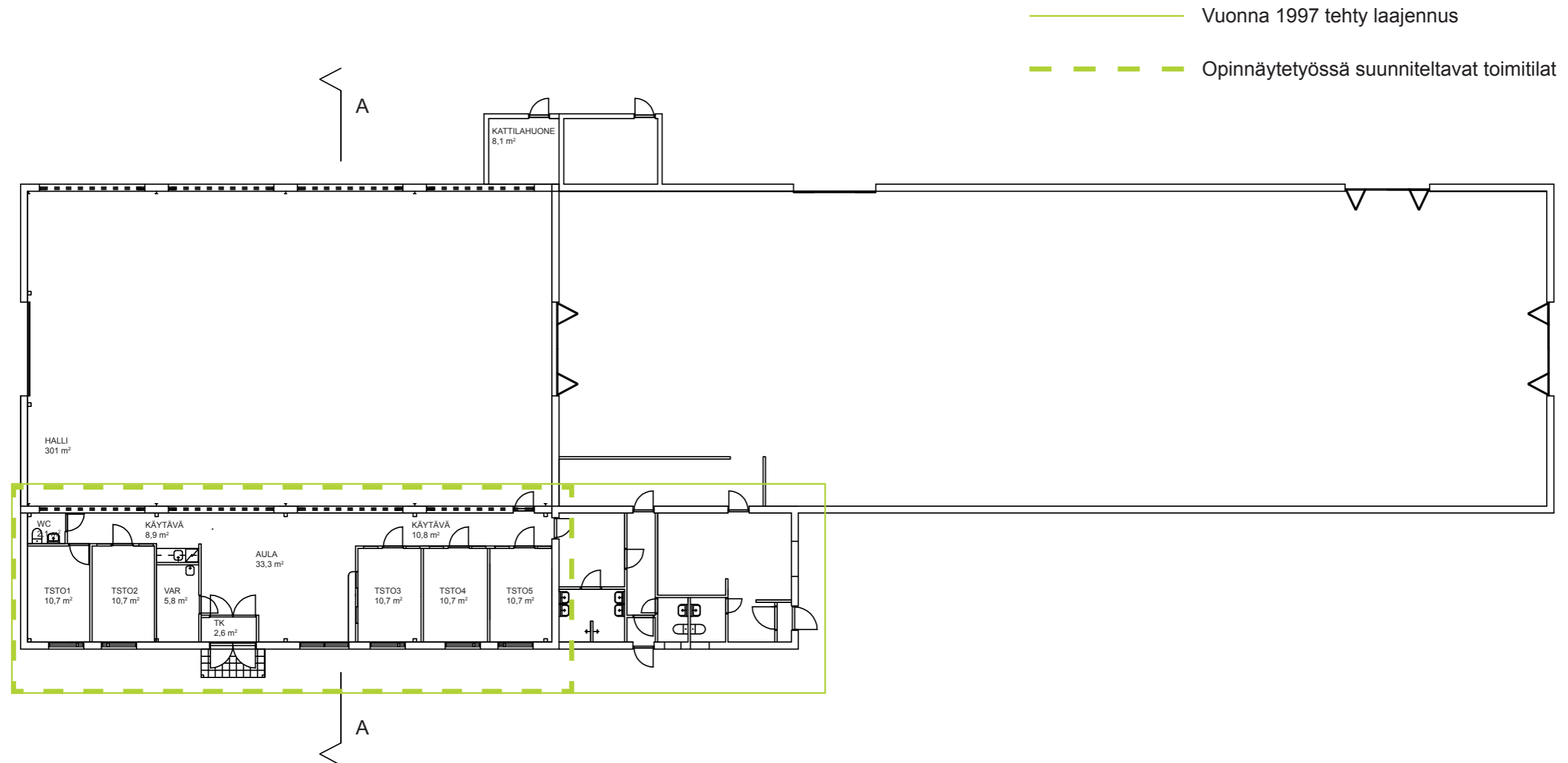
Ylämaan Graniitti – Muotoilusopimus Suunnittelutoimisto CDM Oy:n kanssa.
Ylämaan Graniitti Oy. <http://www.ylamaangraniitti.fi/tiedotteet/Muotoilusopimus-Suunnittelutoimisto-CDM-Oy-n-kanssa.html> [viitattu 17.12.2010]

Ylämaan Graniitti | Yritys. Ylämaan Graniitti Oy.
<http://www.ylamaangraniitti.fi/yritys/index.html> [viitattu 17.12.2010]

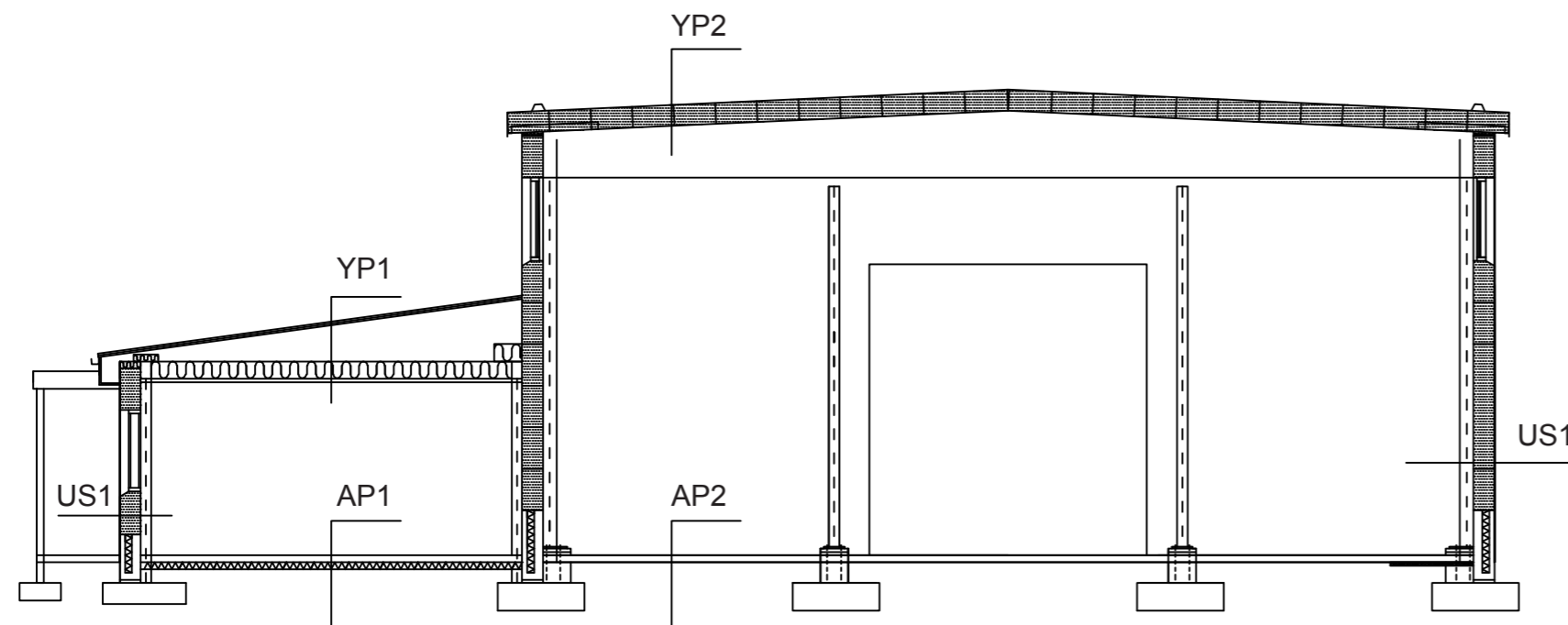
Ylämaan Graniitti | Yritys – Historia. Ylämaan Graniitti Oy.
<http://www.ylamaangraniitti.fi/yritys/historia.html> [viitattu 17.12.2010]

KUVALUETTELO

- Kuva 1. Käsitekartta. Julia Lakkapää 2010.
- Kuva 2. Viitekehys. Julia Lakkapää 2010.
- Kuva 3. Ylämaan Graniitti Oy:n toimitilojen julkisivu. Julia Lakkapää 2010.
- Kuva 4. Yrityksen toimitilojen sisäänkäynti. Julia Lakkapää 2010.
- Kuva 5. Aula ulko-ovelta katsottuna suoraan eteenpäin. Julia Lakkapää 2010.
- Kuva 6. Näkymä aulassa olevalle tiskille. Julia Lakkapää 2010.
- Kuva 7. Henkilökunnan minikeittiö. Julia Lakkapää 2010.
- Kuva 8. Mallikivet käytävällä. Julia Lakkapää 2010.
- Kuva 9. Bernsenin pyramidimalli design managementistä. Julia Lakkapää 2010.
- Kuva 10. Pohdinta yrityksen erottautumistekijöistä käsitekartan muodossa. Julia Lakkapää 2010.
- Kuva 11. Tunnelmakartta konseptista Elegant Red. Julia Lakkapää 2010.
- Kuva 12. Esimerkkejä siitä miltä tila voisi näyttää konseptin Elegant Red mukaan. Julia Lakkapää 2010.
- Kuva 13. Tunnelmakartta konseptista Industrial. Julia Lakkapää 2010.
- Kuva 14. Esimerkkejä siitä miltä tila voisi näyttää konseptin Industrial mukaan. Julia Lakkapää 2010.
- Kuva 15. Tunnelmakartta konseptista Jatkumo. Julia Lakkapää 2010.
- Kuva 16. Esimerkkejä siitä miltä tila voisi näyttää konseptin Jatkumo mukaan. Julia Lakkapää 2010.
- Kuva 17. Ensimmäiset luonnokset toimitilojen uudesta tilajaosta. Julia Lakkapää 2010.
- Kuva 18. Asiakkaalle esiteltyt pohjavaihtoehdot. Julia Lakkapää 2010.
- Kuva 19. Lopullinen pohjaratkaisu. Julia Lakkapää 2010.
- Kuva 20. Esittelyseinän sijainti ympyröitynä. Julia Lakkapää 2010.
- Kuva 21. Lasiin seiniin tuleva hiekkapuhalluskuviointi. Julia Lakkapää 2010.
- Kuva 22. Mallinnuskuva tiskiseinän kuvioinnista. Julia Lakkapää 2010.
- Kuva 23. Mallinnuskuva keittiöstä. Julia Lakkapää 2010.
- Kuva 24. Tulostimen, faxin ja skannerin sijainti ympyröitynä. Julia Lakkapää 2010.
- Kuva 25. Yksityisemmän työpisteen sijainti ympyröitynä. Julia Lakkapää 2010.



Asiakas Ylämaan Graniitti Oy	Päivämäärä 18.01.2011
Piirrustuksen nimi Yrityksen tilojen laajennus	Mittakaava 1:200
Suunnittelija Jarmo Jokela Pvm. 24.09.1997	



YP1
 KONESAUMATTU PELTIKATE
 TUULETETTU ILMATILA
 PUHALLUSVILLA 300mm
 HÖYRYSULKUMUOVI
 HARVA LAUDOITUS
 RAKENNUSLEVY

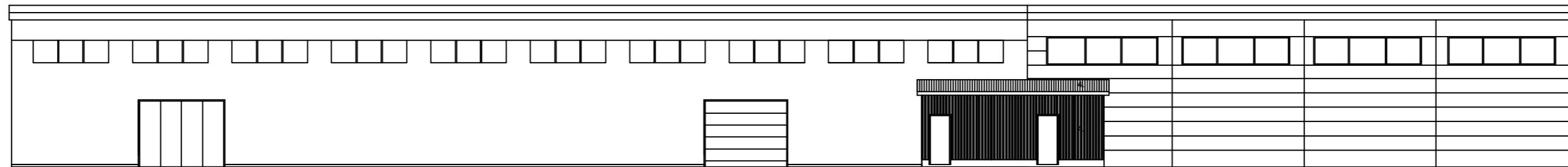
YP2
 KUMIBITUMIHUOPAKATE
 SIPOREX-ELEMENTTI 300mm

US1
 SIPOREX-ELEMENTTI 300mm

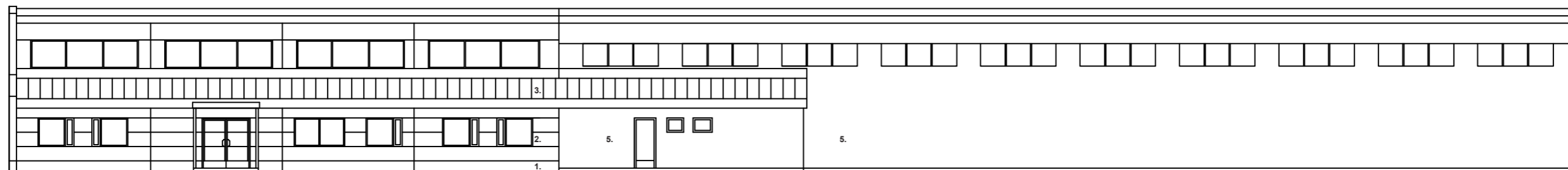
AP1
 KIVI-PINNOITE
 TERÄSBETONILAATTA 80mm
 ERISTE 100mm
 TIIVISTETTY SORA

AP2
 TERÄSBETONILAATTA 120mm
 REUNA-ALUEILLA ERISTE 50mm
 TIIVISTETTY SORA

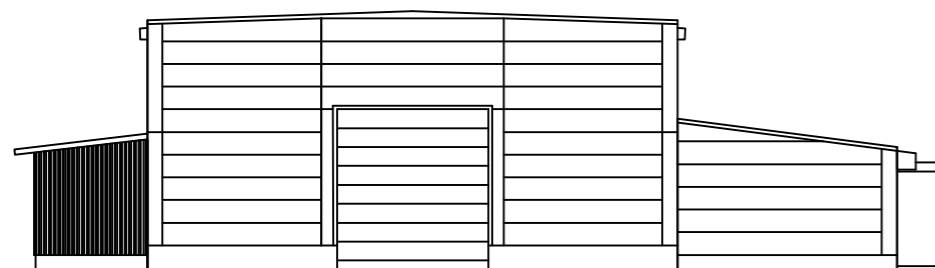
Asiakas Ylämaan Graniitti Oy	Päivämäärä 18.01.2011
Piirrustuksen nimi Leikkaus A-A	Mittakaava 1:100
Suunnittelija Jarmo Jokela Pvm. 24.09.1997	



JULKISIVU ITÄÄN



JULKISIVU LÄNTEEN



PÄÄTY POHJOISEEN

JULKISIVUMATERIAALIT:

1. BETONI
2. SIPOREX + OHUTPINNOITE
3. KONESAUMATTU PELTIKATE
4. MUOVIPINNOITETTU TERÄSPROFIILI
5. BATONIHARKKO, ENT.

Asiakas Ylämaan Graniitti Oy	Päivämäärä 18.01.2011
Piirrustuksen nimi Julkisivut	Mittakaava 1:200
Suunnittelija Jarmo Jokela Pvm. 24.09.1997	

TOIMISTO 1 - 10,7m²TOIMISTO 2 - 10,7m²

TOIMISTO 3 - 10,7m²TOIMISTO 4 - 10,7m²



TOIMISTO 5 - 10,7m²

YCG

Tasokasta designia.
Jo 30 vuotta.

Nyt 10 vuoden takuulla.

YLÄMAAN GRANIITTI

TUMMA LABRADOR: Kivi tuo arvokkuutta keittiöön, jonka sisustuksessa on käytetty teräksisiä kodinkoneita ja valkoisia kaappistoja.

GRANIITTI
K V A R T S I
E C O
YCG YCG YCG
M A R M O R I

YLÄMAAN GRANIITTI TÄYTTÄÄ 30 VUOTTA. GRANIITTI- JA SILESTONE-TASOILLE NYT 10 VUODEN TAKUU.

Asumisen taso syntyy huolella valituista, kestävästä ja luonnonmukaisista materiaaleista. Ylämaan Graniitin tuoteperheeseen kuuluvat laadukkaat graniittitasot sekä upeat Silestone kvarttitasot. Lisäksi YG:n tasomateriaaleina käytetään lasia, marmoria sekä ekologisesti tuotettua kvartsi-komposiittia.

Valitsemalla Ylämaan Graniitin voit olla varma, että saat yksilöllisen ja tyylittävän designituotteen, tasopinnan, joka nostaa kotisi arvoa.

Suunnittelipa keittiöremonttia tai täysin uutta keittiötä, graniitti- ja Silestone-tasoille myöntämämme 10 vuoden takuu* varmistaa, että olet tyytyväinen elämäsi tasoon vielä vuosien käytön jälkeenkin.

*10 vuoden takuu ei koske marmoritasoja.

Ylämaan Graniitti Oy | Vaalimaantie 3570 54410 Ylämaa Finland
Puh. 05-621 9200 | Fax. 05-621 9224 | kivitaso@ylamaangraniitti.fi

Etusivu Yritys Tuotteet Hoito-ohjeet Ideagalleria Jälleenmyyjät Yhteystiedot

» IDEAGALLERIA

» AJANKOHTAISTA

16.11.2010
Kaunein kivi
[Lue lisää...](#)

10.11.2010
Kilpailun voittaja on ratkennut
[Lue lisää...](#)

18.9.2010
Muotuilusopimus Suunnittelutoimisto CDM Oy:n kanssa
[Lue lisää...](#)

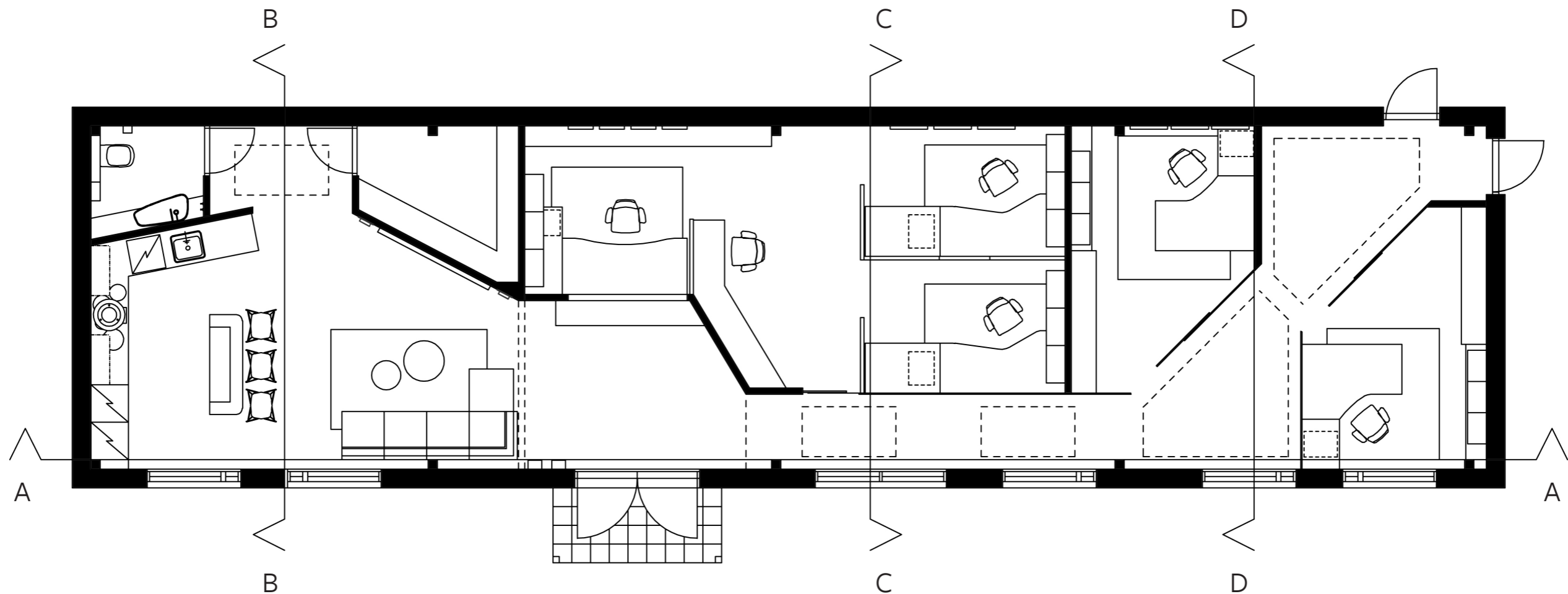
25.8.2010
Tutustu tuotteisiimme Habitare-messuilla
[Lue lisää...](#)

[Kaikki tiedotteet](#)

Design by: Nitro ID

Pohjapiirustukset

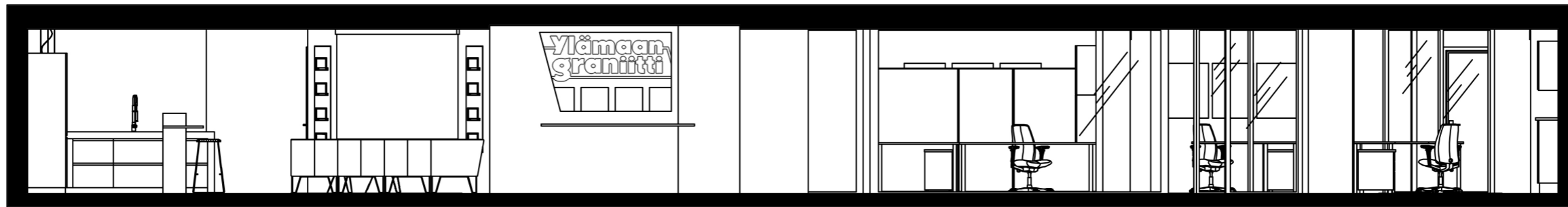
Pohjapiirros



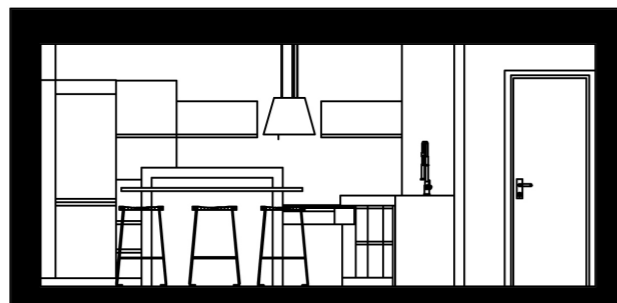
Asiakas Ylämaan Graniitti Oy	Päivämäärä 11.04.2011
Piirrustuksen nimi Pohjapiirustus	Mittakaava 1:75
Tekijä Julia Lakkapää	

Pohjapiirustukset

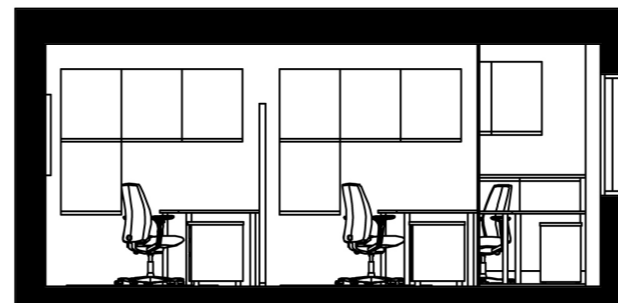
Leikkauskuvat



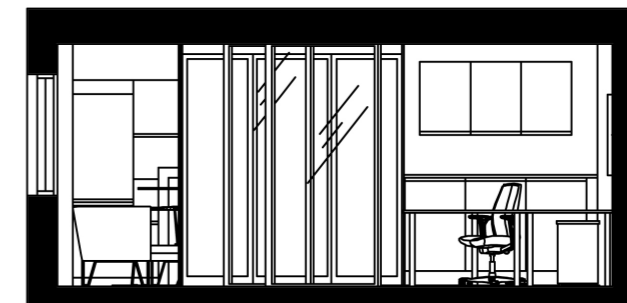
Leikkaus A—A



Leikkaus B—B



Leikkaus C—C

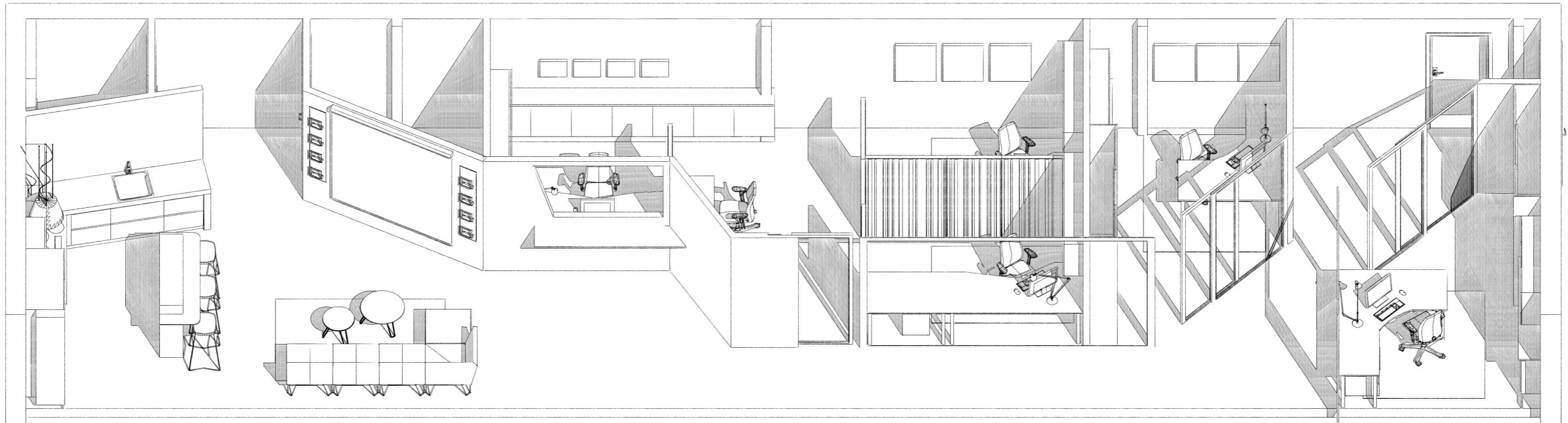


Leikkaus D—D

Asiakas Ylämaan Graniitti Oy	Päivämäärä 11.04.2011
Piirrustuksen nimi Leikkauskuvat	Mittakaava 1:75
Tekijä Julia Lakkapää	

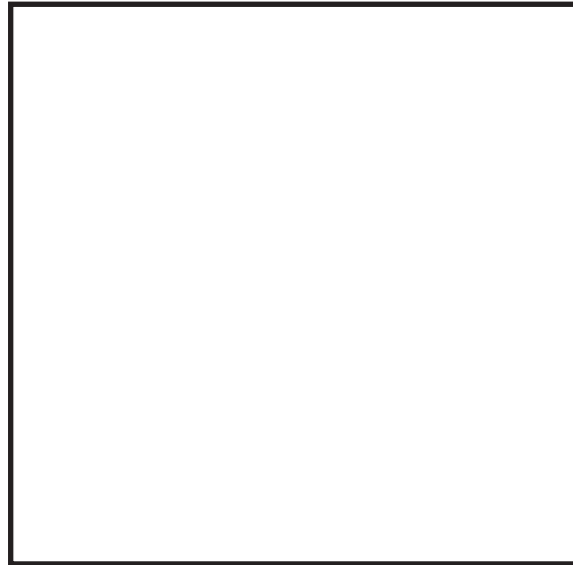
Pohjapiirustukset

Aksonometrinen kuvaus tilasta



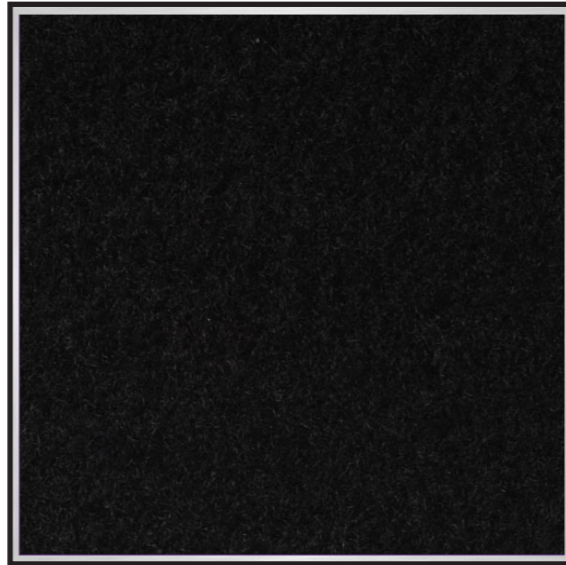
Materiaalit ja värit

Katto, lattia ja seinäpinnat



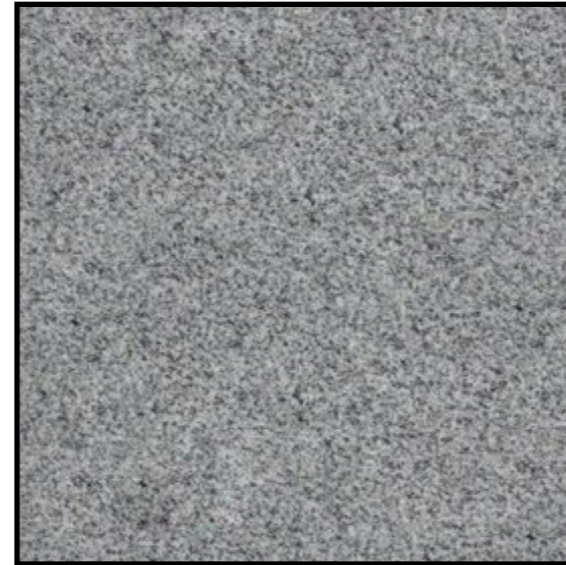
K1

Sävy: Valkoinen, kiiltävä



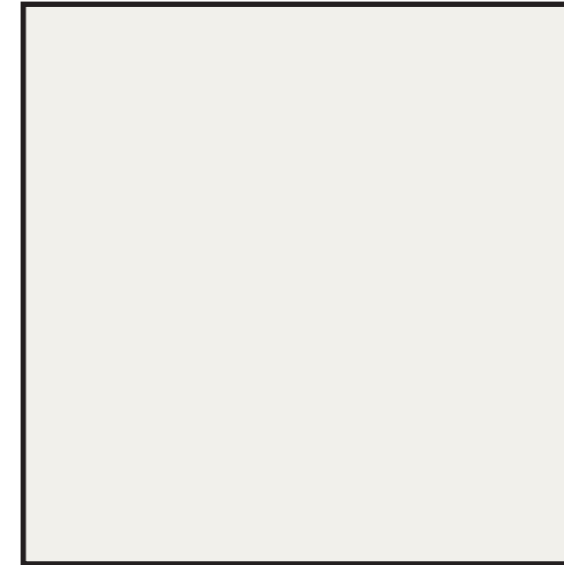
K3

Ecophon: Sombra A
Sävy: Musta
Koko: 600 x 600mm



L1

Ylämaan Graniitti Oy: Kurun harmaa - graniitti
Sävy: Matta
Koko: 600 x 600mm



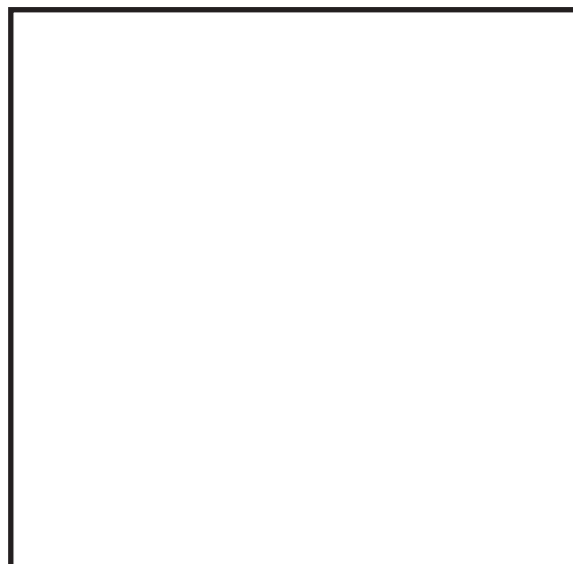
S1

Tikkurila: Symphony 2436
Sävy: F497 Paperi -
puolihimmeä



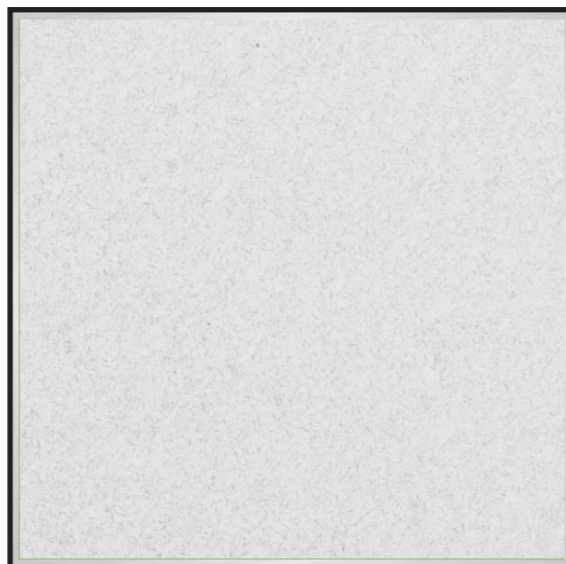
S3

MR PERSWALL: Valokuvasta teetetty tapetti
Kuva: Silestone kampanja
Koko: X x 1550mm



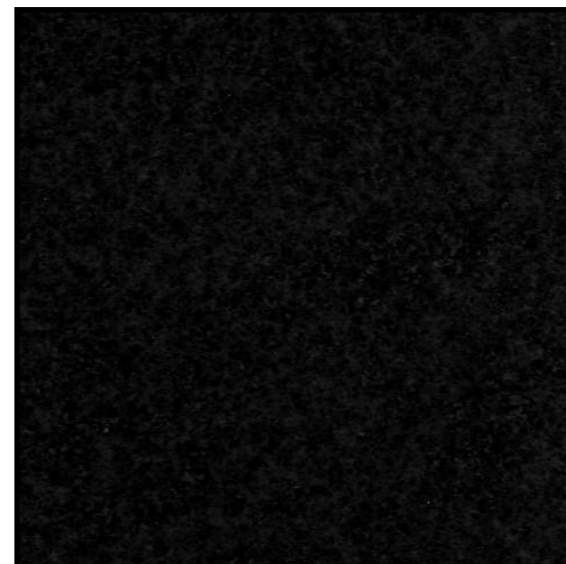
K2

Sävy: Valkoinen, matta



K4

Ecophon: Focus A
Sävy: White Frost (NCSS 0500-N)
Koko: 600 x 600mm



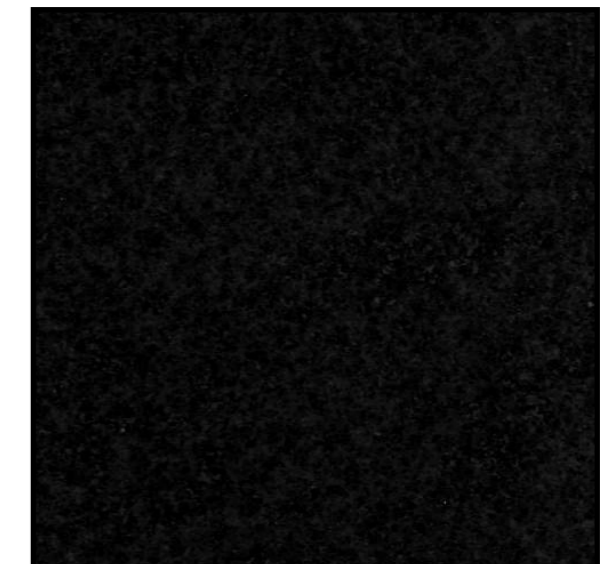
L2

Ylämaan Graniitti Oy: Musta kivi - graniitti
Sävy: Matta
Koko: 150 x 150mm



S2

Tikkurila: Symphony 2436
Sävy: Y487 Piazza -
puolihimmeä

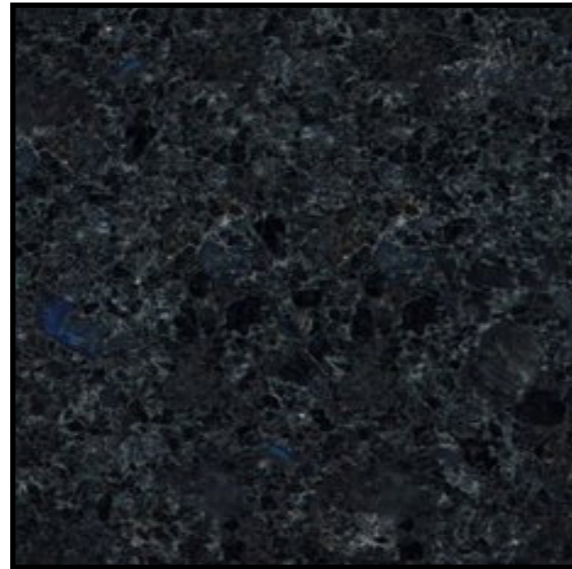


S4

Ylämaan Graniitti Oy: Musta kivi - graniitti
Sävy: Kiiltävä

Materiaalit ja värit

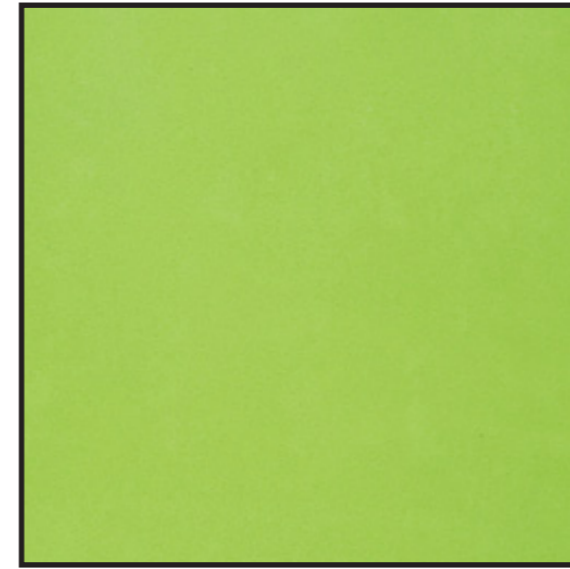
Kiintokalusteet

**M1**

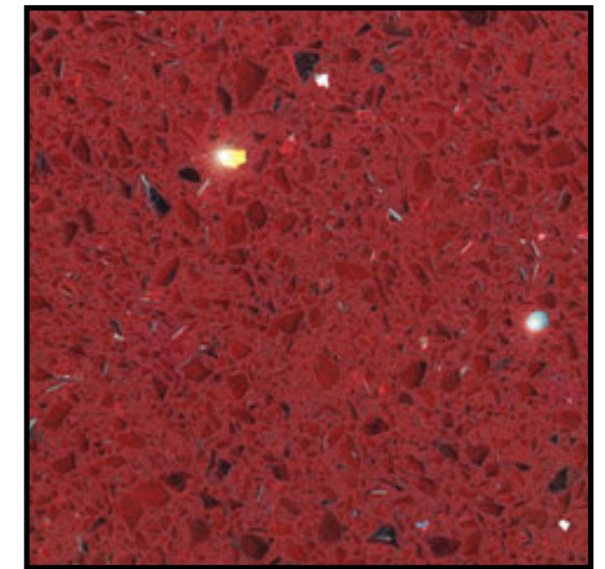
Vastaanotto tiskin materiaali:
Ylämaan Graniitti Oy - Graniitti
Spektroliitti, kiiltävä

**M2**

Keittiön tasomateriaali:
Cosentino - Silestone
Blanco Zeus Extreme, kiiltävä

**M4**

Saniteettitilan tasomateriaali:
Cosentino - Silestone
Verde Fun, kiiltävä

**M6**

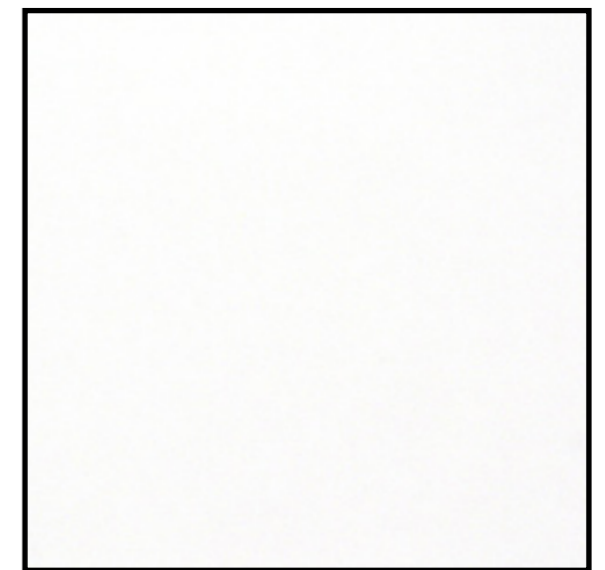
Säilytyskalusteiden tasomateriaali:
Cosentino - Silestone
Eros Stellar, kiiltävä

**M3**

Keittiön kalusteoven väri:
Tikkurila - Symphony 2436
Granaattiomena M423, kiiltävä

**M5**

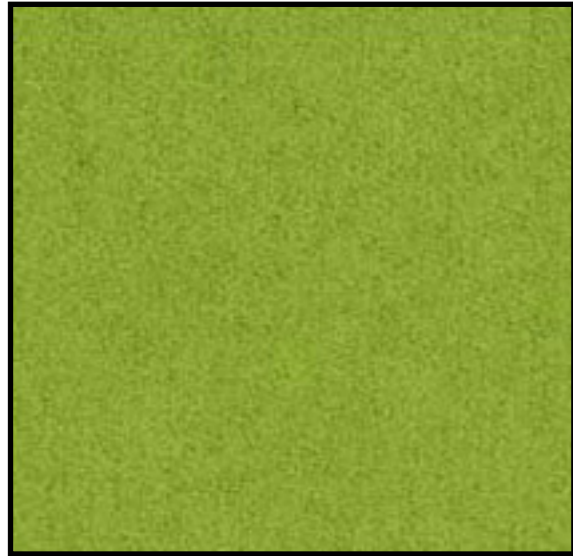
Säilytyskalusteiden ja
WC kalusteiden oven väri:
Valkoinen, matta

**M7**

Liukuovikaapistojen oven väri:
Valkoinen, matta

Materiaalit ja värit

Tekstiilit



T1

Mini Bar Stool - jakkaran kangas:
Vihreä polyesteri



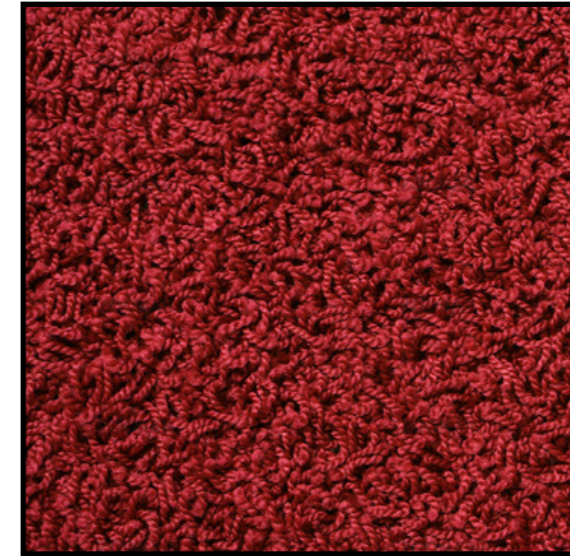
T2

Qvarto - moduulisohvan kangas:
Kvadrat - Hallingdal /657,



T4

Soften Wallpanels - kangas
Gabriel - Europost, dark grey



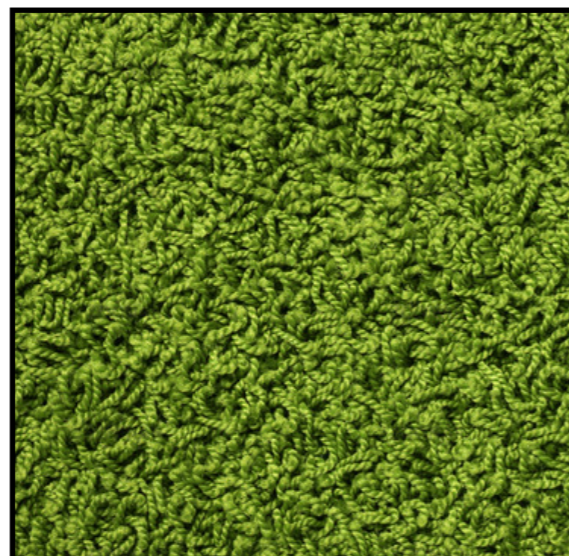
T6

Työhuoneiden matot:
Ruckstuhl - Crespo custom, red



T8

Työhuoneiden kangastaulujen kangas 1:
Marimekko - Frekvenssi Trevira CS vihreä,
paloturvallinen



T3

Aulatilin matto:
Ruckstuhl - Crespo custom, lime



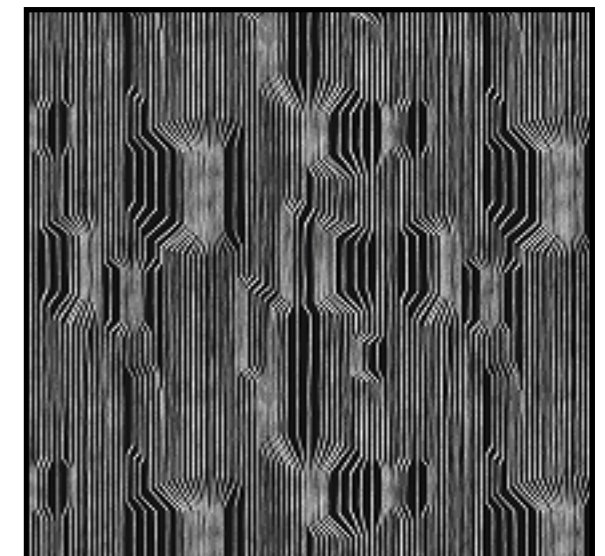
T5

Alumi Screen - sermin kangas:
Gabriel - Europost, white



T7

9199 - työtuolien kangas:
Monitor - Monitor Uni 9130

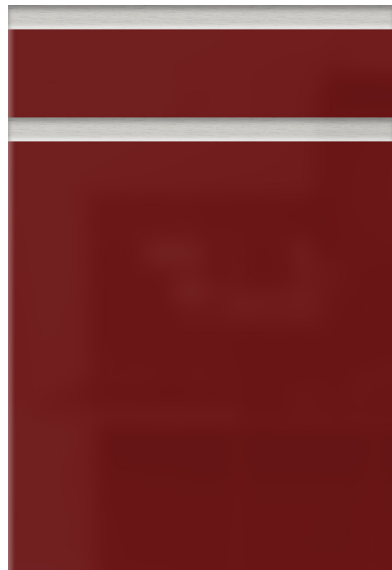


T9

Työhuoneiden kangastaulujen kangas 2:
Marimekko - Frekvenssi Trevira CS musta,
paloturvallinen

Kiintokalusteet

Aulatila



KA1

Novart Oy:
Keittiökaluksien ovimalli - Delicato
Integroitu alumiininen vedin
Keittiökaluksien runko - valkoinen



KA3

Lapetek: Hana - Blancomaster-s semi-Profi
Sävy: Kromi
Koko: 210,5 x 490mm



KA5

Elica: Tuuletin - Platinum
Sävy: Ruostumaton teräs
Koko: Ø510 x 360 x 360mm



KA7

Miele: Integroitu jääkaappi - pakastin,
KDN 9713 i-1 No Frost
Koko: 540 x 1772 x 550mm



KA9

Miele: Integroitu astianpesukone,
G 1173 SCVi
Koko: 598 x 805 x 570mm



KA2

Eurodot AB: Valkokangas - Connect 1:1, manual
Koko: 2000 x 2000mm



KA4

Cosentino: Allas - Silestone Integrity, integroitu
Sävy: Blanco Zeus Extreme, kiiltävä
Koko: 542 x 442 x 175mm



KA6

Multizone: Induktiotaso, huulettu
Osat ja koot: 4 keittolevyä ja ohjauspaneeli
Ø350mm, Ø300mm, Ø270mm, Ø235mm



KA8

Miele: Yhdistelmäuuni, CVA 5060
Sävy: Ruostumaton teräs
Koko: 595 x 455,5 x 564mm



KA10

Miele: Kahviautomaatti, H 5040 BM
Sävy: Ruostumaton teräs
Koko: 595 x 455,5 x 480mm

Kiintokalusteet

Saniteettitilat



KA11

Novart Oy:
WC kalusteiden ovimalli - Delicato
Integroitu alumiininen vedin
Kalusteiden runko - valkoinen



KA12

Hansgrohe: Axor Uno² 38115000 + 13622180
Sävy: Kromi
Koko: 103 x 235 x 168mm



KA14

Laufen: Palomba collection - wc istuin 820801
Sävy: ooo, valkoinen posliini
Koko: 360 x 540 x 430mm



KA16

Hansgrohe: Axor Uno² 41537000
Sävy: Kromi
Koko: Ø30 x 40mm



KA13

Laufen: Palomba collection - allas 816801
Sävy: ooo, valkoinen posliini
Koko: 900 x 420 x 160mm



KA15

Laufen: Palomba collection - peili 440303
Sävy: Alumiini
Koko: 1200 x 0 x 350mm



KA17

Hansgrohe: Axor Uno² 41538000
Sävy: Kromi
Koko: 142 x 112 x 120mm

Kiintokalusteet

Varasto ja toimistotilat



KA18

Varastojen hyllyt:
Valmistetaan paikan päällä
Materiaali: 16mm valkoinen melamiini



KA19

Novart Oy:
Säilytyskalueteiden ovimalli - Delicato
Integroitu alumiininen vedin
Kalusteiden runko - valkoinen



KA23

Abstracta: Alumi Screen
Sävy: Kehys - alumiini, kangas - valkoinen
Koko: 1026 x 1806 x 60 mm, 806 x 1806 x 60mm



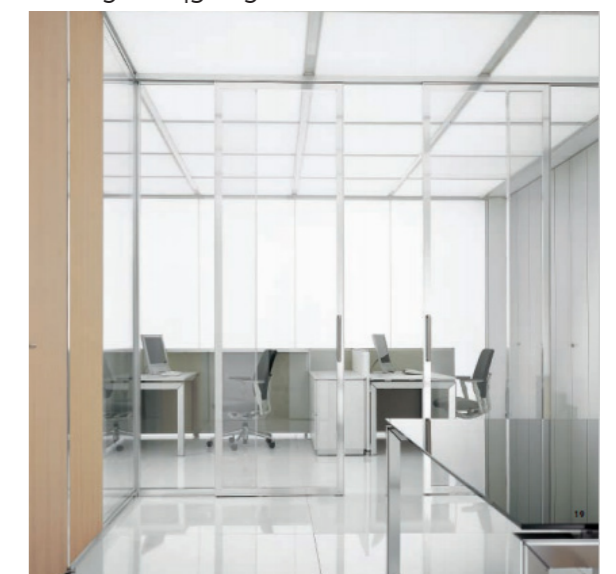
KA22

Soften Oy:
Soften Wallpanels akustiikkalevyt,
omalla printillä x4
Koko: 500 x 430 x 50mm



KA21

Novart Oy:
Liukuovikaapistojen ovimalli: Frame
Sävy: Kehys - alumiini, ovipaneeli - valkoinen

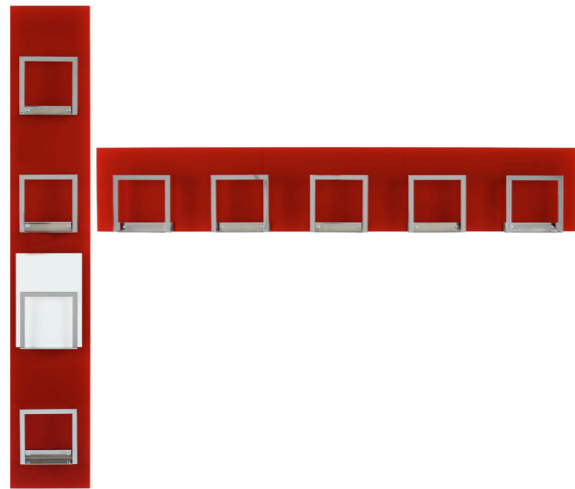


KA20

Muotolevy Oy:
Citterio Vision lasiseinät ja liukuovet
+ hiekkapuhallus kuviointi
Koko: Mittatilaustyö

Irtokalusteet

Aulatila



IKA1

Lammhults: Info Accessories - esiteteline
 Väri: pohjalevy - punainen lasi,
 telineosat - kromi
 Koko: 270 x 1550 x 60mm



IKA2

Ruckstuhl: Crespo custom
 Materiaali: Villa
 Väri: Lime



IKA3

Lammhults: Mini Bar Stool - baarijakkara
 Väri: Jalat - kromi, verhoilu - vihreä
 Koko: 780 x 500 x 495mm



IKA4

Covo : Latva - naulakko
 Väri: mustaksi maalattu teräs
 Koko: 220 x 1050 x 140mm



IKA5

Blå Station: Occhio - sohvapöytä
 Väri: Jalat - kromi, pöytälevy - oma kuvio
 Koko: Ø650 x 350mm

IKA7

Blå Station: Occhio - sohvapöytä
 Väri: Jalat - kromi, pöytälevy - musta
 Koko: Ø470 x 400mm



IKA6

Blå Station: Qvarto - moduulisohva
 Väri: Jalat - kromi, verhoilu - punainen (Kvadrat - Hallingdal / 657,)
 Koko: Kulmapala - 770 x 800 x 770mm, keskipala - 770 x 800 x 660mm, istuin 660 x 400 x 660mm

Irtokalusteet

Toimistotilat



IKA8

Kinnarps: 5000 - 5224 työtuoli
Materiaalit: Musta muovi,
verhoilu - Monitor/Monitor Uni 9199
Koko: 430 x 380-430 x 390-520mm



IKA10

Novart Oy: Taso
Kansi: Laminaatti - valkoinen
Jalat: Alumiini, neliskanttiset
Koko: Mittatilaustyö



IKA12

Kinnarps: Serie[e] - 126
Kansi: Laminaatti - valkoinen
Jalat: OA200S, neliskanttiset,
säädettävät - hopeiset
Koko: 1400 x 600mm



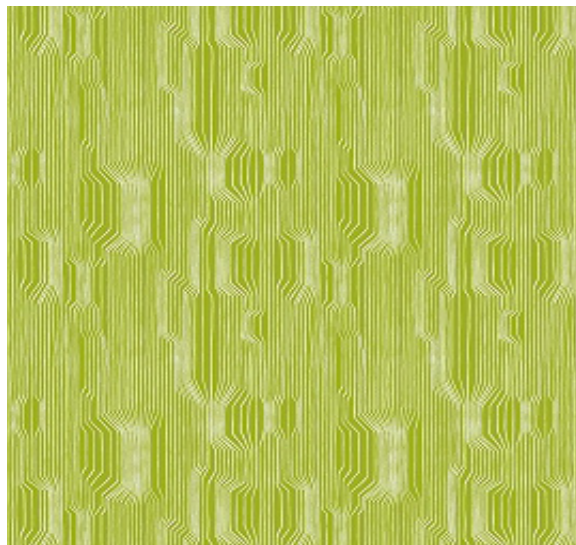
IKA14

Kinnarps: Serie[e] - 128
Kansi: Laminaatti - valkoinen
Jalat: OA200S, neliskanttiset,
säädettävät - hopeiset
Koko: 1400 x 800mm



IKA16

Kinnarps: Serie[e] - 86
Kansi: Laminaatti - valkoinen
Jalat: OA200S, neliskanttiset,
säädettävät - hopeiset
Koko: 800 x 600mm



IKA9

Kangastaulu
Materiaali: Marimekko - Frekvensi Trevira CS
Koko: 600 x 800 x 50mm



IKA11

Ruckstuhl: Crespo custom
Materiaali: Villa
Väri: Red
Koko: Mittatilaus



IKA13

Kinnarps: Serie[e] - 209A
Kansi: Laminaatti - valkoinen
Jalat: OA200S, neliskanttiset,
säädettävät - hopeiset
Koko: 2000 x 800mm



IKA15

Kinnarps: Serie[e] - 1020L
Kansi: Laminaatti - valkoinen
Jalat: OA200S, neliskanttiset,
säädettävät - hopeiset
Koko: 2000 x 800mm

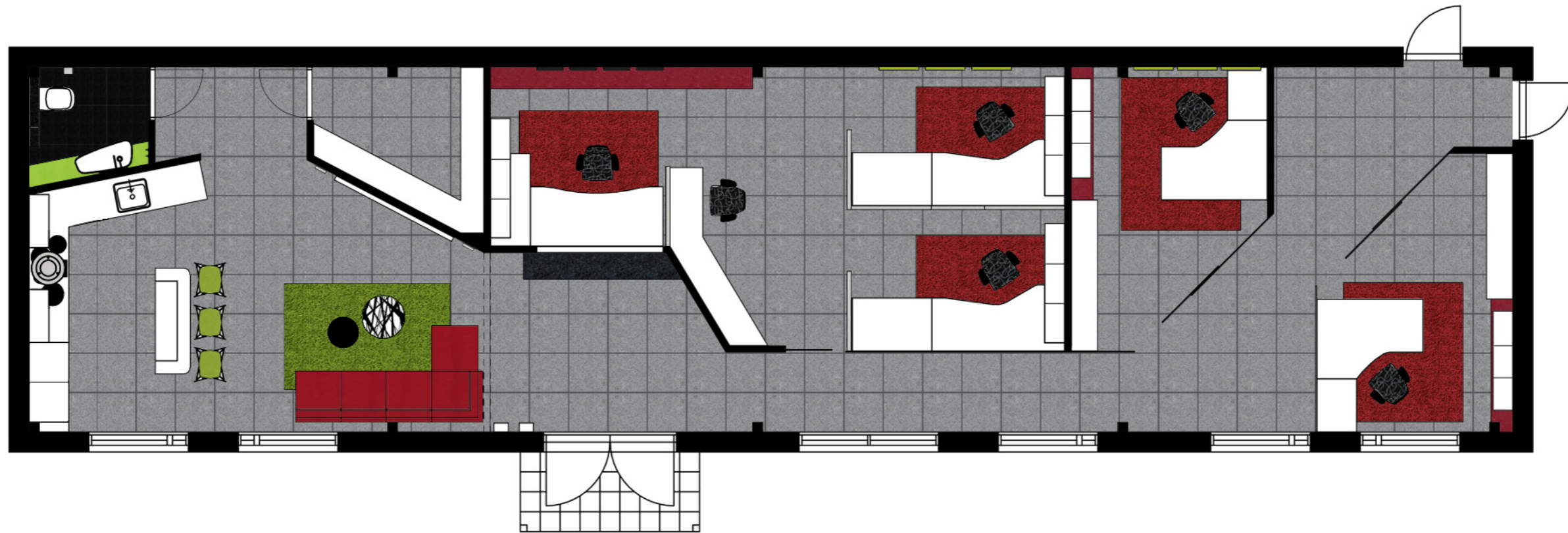


IKA17

Kinnarps: Serie[e] - 1216R
Kansi: Laminaatti - valkoinen
Jalat: OA200S, neliskanttiset,
säädettävät - hopeiset
Koko: 2000 x 600mm

Väri-suunnitelma

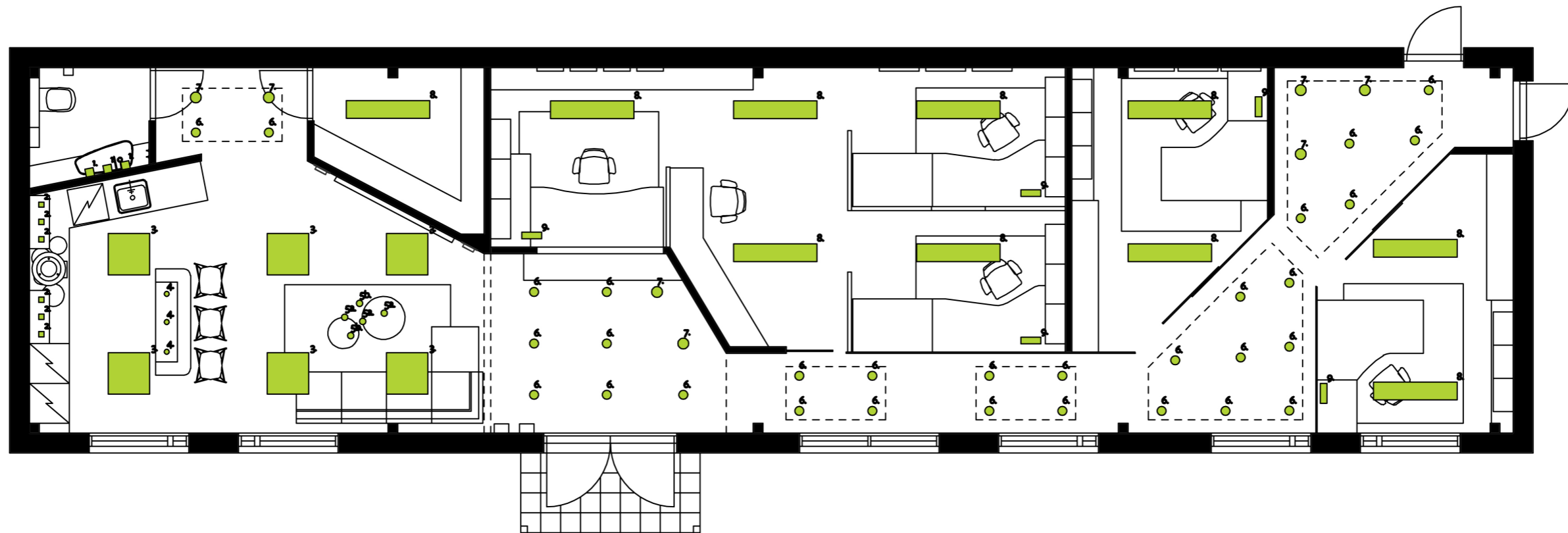
Värillinen pohjapiirustus



Asiakas Ylämaan Graniitti Oy	Päivämäärä 11.04.2011
Piirrustuksen nimi Värillinen pohjapiirustus	Mittakaava 1:75
Tekijä Julia Lakkapää	

Valaistussuunnitelma

Pohjapiirustus



Asiakas Ylämaan Graniitti Oy	Päivämäärä 11.04.2011
Piirrustuksen nimi Valaistussuunnitelma	Mittakaava 1:75
Tekijä Julia Lakkapää	

Valaistussuunnitelma

Valaisimet

1. ■

Eurovalaisin Oy - lines Sessak
Väri: Krominen runko,
valkoinen opaailasi
25W/230-24 V/G9/IP 44
Koko: 120 x 80 x 125mm



3. ■

Philips - Savio TCS770
Väri: alumiininen runko
6 x 14W/220-240 V/IP40
Koko: 622 x 622 x 75mm



5a. ●

Lamp Gustaf - SLIM.
Väri: Musta
40W/ E14
Koko: Ø100 x 420mm



6. ●

Airam - Conxento AR111
Väri: Hopea
11W/GX53/IP23/20
Koko: Ø142 x 60mm



8. ■

Philips - Savio TCS760
Väri: alumiininen runko
2 x 28W/220-240 V/IP40
Koko: 1259 x 53 x 266mm



2. ■

Lapetek - Led Vita 1
Väri: Kromattu
2,5 W/12 V/IP44
Koko: 80 x 80 x 9mm



4. ●

Lamp Gustaf - SLIM.
Väri: Musta
25W/ E14
Koko: Ø80 x 280mm



5b. ●

Lamp Gustaf - SLIM.
Väri: Omena
40W/ E14
Koko: Ø100 x 420mm



7. ●

Airam - Conxento AR111 30°
Väri: Hopea
11W/GX53/IP 23/20
Koko: Ø164 x 77mm



9. ■

EGLO - Office
Väri: kromi
60W/E27
Koko: 820mm



Visualisoinnit



Visualisoinnit



Visualisoinnit



Visualisoinnit



Visualisoinnit

